

Representación de valores sociales y ciudadanos en la producción filmica colombiana (2003-2009)⁸

Mónica Eliana García Gil.

Magíster en Comunicación Televisiva, estudios de Maestría en Comunicación. Docente e investigadora, Facultad de Comunicación Social para la Paz, Universidad Santo Tomás. Bogotá, Colombia. Integrante de la red INAV.

Correo electrónico: monigarciagil@yahoo.com

Resumen. *La investigación que acá se presenta se llevó a cabo entre julio de 2009 y diciembre de 2010, por parte de los docentes e investigadores Arturo Uscátegui Maldonado, Gloria Inés Ceballos Hurtado y Mónica Eliana García Gil, vinculados a la Facultad de Comunicación Social para la Paz de la Universidad Santo Tomás (Bogotá, Colombia) y al grupo de investigación Comunicación-Paz/Conflicto de la misma institución, con el apoyo del Fondo para el Desarrollo de la Investigación, FODEIN, de esta Universidad.*

Abstract. *The research presented here was developed between July 2009 and December 2010, by teachers and researchers Arturo Uscátegui Maldonado, Gloria Inés Ceballos Hurtado, and Mónica Eliana García Gil, from the Faculty of Social Communication for Peace at St. Thomas University (Bogota, Colombia) and from the Communication-Peace / Conflict research group at the same institution, with support from the Fund for Research Development, FODEIN, of this University.*

Palabras clave. Representación, valores sociales y ciudadanos, cine colombiano.

Keywords. Representation, social and civic values, Colombian film.

⁸ Este escrito cuenta con aportes de Arturo Uscátegui Maldonado, docente co-investigador.

Esta investigación se trazó como principal objetivo establecer cómo el cine construye el relato y la representación en torno a los valores sociales y ciudadanos, en momentos en que la transmisión y formación en valores es también asumida por los productos culturales y los medios de comunicación de masas. Dentro de los objetivos específicos se cuentan: identificar qué valores aparecen representados en las películas colombianas; evidenciar las transformaciones y resignificaciones que sufren nociones ligadas a la ética, la moral y lo político al ser parte de los relatos cinematográficos; generar espacios de interacción entre el conocimiento de la academia y el conocimiento que posibilitan medios audiovisuales como el cine, frente a valores sociales y ciudadanos, al lenguaje y a la construcción del discurso cinematográfico; desarrollar una metodología de análisis de la representación en medios audiovisuales, aplicable a otros estudios similares.

Durante el desarrollo de la investigación, uno de los propósitos centrales fue problematizar el acercamiento tradicional al concepto de representación y a la noción de la ética en relación con las formas de arte, así mismo, superar los análisis de tipo contenidista para privilegiar la especificidad narrativa y estética de los mensajes construidos por el relato cinematográfico, en tanto que el arte (en este caso el cine) lleva los valores sociales y ciudadanos a la dimensión del relato, entonces los encarna y de esta forma pone de manifiesto una postura política, en relación con la dimensión del actuar. Esta situación ubica la apuesta de esta investigación más allá de reconocer lo virtuoso de los temas o los personajes tratados por el cine colombiano reciente, en momentos en que la situación actual e histórica de la sociedad colombiana requiere estudios, reflexiones y problematizaciones frente a la representación de los valores sociales y ciudadanos, específicamente, en este caso, en los productos que hacen parte de las industrias culturales como el cine de ficción.

1. Contexto en el cual surge la investigación

En la actual sociedad denominada “de la imagen”, enmarcada en un ecosistema cultural y simbólico generado por los medios de comunicación, principalmente los audiovisuales, han tenido lugar en los últimos años múltiples transformaciones que han afectado no sólo la forma de ver el mundo y de establecer relaciones entre las personas, sino también las nociones de tiempo y espacio, la transmisión de los patrones de conducta y de comportamiento social, al igual que la manera como se entiende y se asume la dimensión ética y política del ser y del actuar en sociedad.

El nuevo *sensorium* del que hablara Benjamin (1973), a partir del surgimiento del cine y la proyección de imágenes en movimiento, marcó otros modos de percibir la realidad así como de asumir la relación entre imagen y sociedad; pasando por la aceptación al punto de llegar al culto y la devoción por las figuras y situaciones que aparecían en la gran pantalla, hasta el rechazo, el cuestionamiento y el temor. También se crearon y difundieron imaginarios y se desarrollaron procesos de comprensión de la realidad mediados por una nueva estética, bajo lógicas más cercanas a la no linealidad del pensamiento, a lo efímero, lo sensible y al entretenimiento, distantes del razonamiento lineal, perdurable y abstracto que primaba hasta el momento.

Varios autores coinciden en advertir acerca de la banalización de contenidos y la espectacularización de la realidad al entrar en contacto con los medios audiovisuales (Sarlo,1992;1994;2005, Postman,1991, Martín-Barbero y Rey,1999), así como de la opulencia mediática (Gubern,1987; 1996) que caracteriza a la iconosfera⁹ contemporánea, en donde la sobreoferta de imágenes acaba por hacerlas invisibles y la sobreinformación se transforma en desinformación, anulando la capacidad de ver y de comprender. De esta forma, “la dimensión

⁹ Término acuñado por Gilbert Cohen-Séat en 1959 para designar el entorno imaginístico surgido del invento del cine y de sus formas conexas o derivadas, como la fotonovela y la televisión. Véase Gubern, Román (1996).

simbólica del mundo social ha sufrido una radical reorganización a partir de los mass-media. Y no sólo la cultura, las bellas artes y los estilos prácticos de la vida, sino también la política y el lugar de lo político” (Sarlo,1992:51) bajo la estética de lo visual, la publicidad y las lógicas mediáticas.

El espacio antes ocupado por el debate de ideas, la racionalidad, el intercambio de opiniones y pensamientos, la esfera pública y la ciudadanía, ha sido conquistado por los medios masivos y las industrias culturales con múltiples subproductos. Así las cosas, los medios de comunicación se han convertido en metáforas que clasifican el mundo, lo ordenan, lo enmarcan, lo agrandan, lo reducen y lo explican (Postman, 1991). Por su parte, la transmisión de valores asume también la forma de lo fugaz, lo desechable, la exageración, la falsedad, la perversión, entre otros. Bien puede decirse que lo efímero de la representación mediática se asume como la forma natural de la experiencia.

En este contexto, se produce un evidente desplazamiento en las instituciones que otrora fueran transmisoras de valores, formadoras del gusto y las encargadas de salvaguardar el capital cultural y social. Hoy es el mercado de bienes simbólicos el encargado de instruir e instaurar criterios valorativos, reemplazando, con similar autoridad, a los prestigios carismáticos tradicionales y a los consagrados por la modernidad (Sarlo,1994). A su vez, en la medida en que el cine es apto para reproducir sistemas de representación o de articulación social se puede decir que ha tomado el relevo de los grandes relatos míticos. La tipología de un personaje o de una serie de personajes se puede considerar representativa no sólo de un periodo del cine, sino también de un periodo de la sociedad (Aumont,1995:98).

2. Acerca de la representación cinematográfica

Estudiar el tema de la representación en relación con el lenguaje y el relato del cine, corresponde a la necesidad de encontrar nuevos modelos que permitan comprender la relación entre imagen y realidad, así como a la búsqueda en torno al estatuto de representación que posibilita el cine, en momentos en que el concepto mismo de representación experimenta su crisis, tanto en el arte, la literatura y en los medios de comunicación, como en la política y las instituciones.

Para Casetti, acercarse a la noción de representación en el cine implica ir más allá de la sola representación, del hecho de volver a presentar algo que en algún momento deja de estar (la realidad) para volver bajo otra forma (la imagen) y asumir que “la representación es sin duda un momento en el que se unen ausencia y presencia; sin embargo, la relación entre ambas no es lineal [...] la representación no es el encuentro de ausencia y presencia, sino la tensión abierta entre un sustituto y un sustituido, entre un resultado y un trabajo anterior” (Casetti,1994:234).

En términos de la enunciación cinematográfica, es decir, de los medios utilizados por el cine para contar, por la cual ha indagado esta investigación, se parte de reconocer las posibilidades propias del cine como texto en una situación o contexto determinado. La enunciación puede hacerse evidente o desaparecer. “En el primer caso da lugar a un texto que, al representar algo, representa también el hecho de representarlo; en el segundo caso, da lugar a un texto que representa un mundo directamente, sin representar su representar [...] De ahí los tres grandes puntos que plantea la idea de enunciación: el *construirse* de un texto fílmico, su *situarse* y su posible *autorreferencialidad*. (Casetti,1994;272)

Estudiar la representación en el lenguaje fílmico, significa también detenerse en los procesos simbólicos que allí se configuran y en el papel que juega el espectador frente a estos y a los procesos de enunciación. En este sentido, Bordwell (1985) considera a la narración cinematográfica un *proceso* por el que un filme sugiere a un espectador los pasos que contribuyen a completar una historia. Así las cosas, el espectador puede ubicarse frente a la obra como testigo neutro (a partir de encuadres objetivos), como participante activo (por medio de

tomas subjetivas), ser interpelado (a través de la mirada a la cámara por parte de los actores) o como interlocutor, en los “límites” de la escena. (Casetti,1994: 274).

3. Valores sociales y ciudadanos

Esta investigación se ubicó en el estudio de la dimensión social y ciudadana de los valores en relación con la ética, que se refiere a la reflexión sobre el actuar, y con la moral, entendida como el conjunto de prácticas sociales y culturales adoptadas por un grupo en particular. Desde acá, entonces, es necesario hacer referencia a la ética cívica (Cortina, 1997) vinculada a formas de organización política donde se promueve el ciudadano capaz de tomar decisiones morales con autonomía. De tal forma que la ética cívica va a posibilitar los valores por los cuales optó esta investigación, éstos en asocio con los Derechos Humanos, como valores indispensables para la ciudadanía: libertad, igualdad, solidaridad, respeto (Cortina,1997). *La libertad*, entendida como autonomía, *la igualdad*, en la medida en que todos los hombres pueden llegar a ser igualmente autónomos y contar con las mismas oportunidades de desarrollo de sus capacidades, y *la solidaridad* o fraternidad, consignada en la Declaración de los Derechos del hombre y del ciudadano. *La tolerancia y el respeto a la diferencia*, tienen que ver con la predisposición a respetar proyectos ajenos que pueden tener valor, aunque no se compartan.

Al llegar al punto de intersección entre *representación y valores sociales y ciudadanos en el cine colombiano de ficción*, fue necesario preguntarse por la relación entre cine y realidad y hay aquí una apuesta significativa: el proceso de construcción de la representación de los valores, el cambio en las fuentes de la representación de lo institucional (oralidad, escuela, cartilla, gobierno, etc.) a lo masivo (industrias culturales), afecta el estatuto mismo de los valores.

Es claro que los valores sociales se construyen y aprehenden a partir de muchas otras mediaciones y dispositivos, pero las fuentes institucionales de esa construcción –familia, educación, política, ciencia social- han debilitado su participación e incluso han modificado su lugar frente a los discursos de las industrias culturales. El papel crucial de las representaciones audiovisuales en la conformación de la cultura contemporánea, acentúa su relevancia para esta investigación cuando se reconoce el carácter matricial del cine respecto de los diversos formatos, soportes y géneros de esas representaciones audiovisuales.

4. Aspectos metodológicos

Los resultados de esta investigación se fundamentan en el análisis de las películas y los valores presentes en ellas a partir de poner en diálogo la dimensión axiológica, con la narratológica y estética de cada film, desde una perspectiva semiótica, a partir de matrices de análisis sobre los roles actanciales (A.J Greimas), la narrativa y la estética (Martin, Bordwell, Metz, Aumont y Marie) que dan cuenta del universo diegético de la película y la manera como allí se construyen los valores sociales y ciudadanos, seleccionados.

Desde la perspectiva analítica, se concibe a los relatos audiovisuales como textos, es decir, conjuntos finitos y analizables de signos con sentido narrativo (García Jiménez,1996) El análisis del texto audiovisual tiene como objeto específico, en tanto indagación sistemática, el estudio del relato audiovisual desde su organización, es decir de los distintos elementos que hacen parte del relato y la manera como estos aparecen dispuestos y articulados (sintaxis narrativa).

Por lo tanto, tiene sentido no sólo una descripción, sino una verdadera “lectura de la imagen”. La imagen como texto fundamenta una “**sintaxis intratextual**” (estudio de las relaciones de los signos componentes de la imagen) y una “**sintaxis extratextual**” (análisis del cruce de códigos de la cultura) (García Jiménez, 1996:39) Desde **la teoría de los roles actanciales**, el análisis permite establecer que no existen actos neutros, despojados de intencionalidad y de afectaciones que se producen en el mismo actor o en los influenciados por él. Esas intencionalidades, objetivos, intereses y expectativas remiten al valor de la acción, a la

dimensión ética que posee todo acto. En relación con la **narrativa cinematográfica**, para el desarrollo del análisis se tuvieron en cuenta los siguientes aspectos: construcción de personajes y espacios; características y construcción del universo diegético de la película; acciones de los personajes y relaciones que establecen en el universo diegético; la estructura de la película y su trama; la temporalidad y sus recursos; el movimiento y el montaje. Desde la **dimensión estética**, se reconoce que los planos, los encuadres, la iluminación, los movimientos de cámara, el sonido, y demás aspectos del lenguaje filmico, contribuyen de manera decisiva a la estetización del cine, a la densificación de lo real y a la fascinación que logra ejercer entre su público. De esta forma, el cine agrega una dimensión artística a lo real, valiéndose de múltiples recursos que tiene a su haber en tanto código y lenguaje.

La **muestra seleccionada** abarca 10 películas colombianas de ficción, realizadas y exhibidas entre los años 2003 y 2009, tanto de corte comercial como algunas de aquellas películas denominadas “de autor” que empiezan a tener presencia en la cinematografía colombiana en las cuales se evidencian propuestas estéticas que exploran nuevas posibilidades formales, diferentes a las del cine colombiano tradicional o también llamado de “consumo”. Estas películas son: *La primera noche* (Luis Alberto Restrepo, 2003); *La sombra del caminante* (Ciro Guerra, 2004); *El colombiano dream* (Felipe Aljure, 2006); *Apocalipsur* (Javier Mejía, 2007); *Perro come perro* (Carlos Moreno, 2008); *Los actores del conflicto* (Lisandro Duque, 2008); *Yo soy otro* (Oscar Campo, 2008); *PVC 1* (Spiros Stathoulopoulos, 2008); *Los viajes del viento* (Ciro Guerra, 2009); *La pasión de Gabriel* (Luis Alberto Restrepo, 2009).

5. Resultados

Los hallazgos de la investigación ponen de manifiesto que en tanto representaciones sociales, los valores sociales y ciudadanos se modifican en sus contenidos, significados, atributos y estructuras como efecto de sus mediaciones.

Esta investigación permitió establecer que la dimensión ética del cine no se restringe a la representación narrativa de la puesta en relato de una historia o una anécdota en la que sea visible y aparezca en cuestión un valor. Preguntarse por la construcción cinematográfica de los valores sociales, implica cuestionarse frente a la mediación del cine y cómo tiene lugar allí la representación de éstos, entendiendo acá la representación en una doble perspectiva: de cara a la ética, en cuanto a que los contenidos, su tratamiento y respecto del sentido de los valores que se ven afectados por la mediación cinematográfica (lenguaje, relato). Es decir, los valores puestos en pantalla no aparecen en estado puro, son necesariamente una representación y por lo tanto su contenido cambia respecto de las mediaciones que suponen lo escrito, la oralidad, las clases magistrales o los discursos políticos.

Acercarse a la representación desde la perspectiva de la estética, significa analizar los dispositivos que desde la “forma” cine dan lugar a unos valores, cómo se construye el enunciado “valores”, a partir de qué estrategias retóricas, propias del lenguaje cinematográfico. Es así como se abre una posibilidad particular, poco explorada, que requiere indagar las tensiones que tienen lugar entre la ética y la estética, para llegar a establecer lo propio de esta construcción (García, Uscátegui y Ceballos, 2012)

La relación entre ética y estética en las películas colombianas seleccionadas, y de allí la forma como se construye la representación de los valores sociales y ciudadanos, se logra evidenciar a partir de identificar cómo se construye el universo diegético (como universo interno del film) y allí los personajes y su actuar (como aspecto fundamental para evidenciar la dimensión axiológica), así como las relaciones / tensiones con personas, espacios, situaciones, conflictos y leyes (humanas, divinas o de la naturaleza) en las que aparecen inmersos. Así pues, el cine puede hacer llegar a su público planteamientos de tipo ético, moral o político, convirtiéndolos en expresiones de lo sensible.

Con base en el análisis realizado es posible identificar cómo y de qué manera el cine colombiano, de la última década asume una postura ética y moral frente a la realidad del país, expresada bajo

distintos géneros narrativos y de la mano de la estética del cine que le imprime una específica manera de narrar la realidad del país, los conflictos y los actores que en ellos participan. Desde la juventud desenfadada hasta las clases sociales más poderosas, pasando por quienes luchan por sobrevivir día a día en las calles de las grandes ciudades.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AUMONT, J. et al (1995): *Estética del cine*. Barcelona, Paidós.

AUMONT, J y MARIE, M (2006): *Diccionario teórico y crítico del cine*. Buenos Aires, La marca editora.

BENJAMIN, Walter (1973): La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica, en: *Discursos interrumpidos I*. Madrid, Taurus.

BORDWELL, David (1996): *La narración en el cine de ficción*. Barcelona, Paidós.

BORDWELL, David y THOMPSON, Kristin (1995): *El arte cinematográfico*. Barcelona, Paidós.

CASETTI, Francesco (1994): *Teorías del cine*. Madrid, Cátedra.

CORTINA, Adela (1997) *Ciudadanos del mundo*. Madrid: Alianza

GARCÍA JIMÉNEZ, Jesús (1996): *Narrativa audiovisual*. Madrid, Cátedra.

GARCÍA, Mónica E.; USCÁTEGUI, Arturo; CEBALLOS, Gloria Inés (2012): “Del aula a la pantalla. Los valores sociales y ciudadanos y su representación en el cine”, en: *Hallazgos*, revista de investigaciones de la Universidad Santo Tomás. No.17. Enero – junio. Bogotá.

GREIMAS, A.J (1976): *Semiótica estructural*. Madrid, Gredos

GUBERN, Román (1996): *Del bisonte a la realidad virtual*. Barcelona, Anagrama.

_____ (1987): *La mirada Opulenta. Exploración de la iconosfera contemporánea*. Barcelona, Gustavo Gili.

MARTÍN-BARBERO, Jesús y REY, Germán (1999): *Los ejercicios del ver*. Barcelona, Gedisa.

MARTIN, Marcel (2005): *El lenguaje del cine*. Barcelona, Gedisa.

METZ, Christian (1973): *Lenguaje y cine*. Barcelona, Planeta.

POSTMAN, Neil (1991): *Divertirse hasta morir*. Barcelona, Ediciones de la Tempestad.

SARLO, Beatriz (1992): “Estética y política: la escena massmediática”, en:

SCHMUCLER, H y MATA, María Cristina (Coords.) *Política y comunicación. ¿Hay un lugar para la política en la cultura mediática?* Córdoba: Universidad Nacional de Córdoba, Argentina.