

León Felipe define al cine “como una máquina de contar cuentos, que se inventó porque el poeta dijo un día: un cuento bueno... un poema, hay que contárselo a todos los habitantes del planeta”.

León Felipe, La manzana (Poema cinematográfico), p. 11.

Elementos generales para una sociología del cine

¿Qué estudia la sociología...?

En los “Elementos generales para una Sociología del Cine” **Ficher** nos dice: “La sociedad está compuesta por un gran número de personas que obran conjuntamente para satisfacer sus necesidades sociales y que comparten una cultura común”.

Pregunta:

¿Qué podríamos entender por “sociología del cine”?

La película siempre supone que el espectador (es su objetivo). Sin éste, el cine carecería de sentido. Sociológicamente, podríamos considerar al cine como “el universo de signos e imágenes complejas susceptibles de ser organizados coherentemente, según necesidades, convenciones y demás normas comunes a un grupo social”.

Así, el fenómeno cinematográfico cobra forma a partir de la incidencia de factores emocionales, conceptuales, hábitos de conducta, modelos de convivencia social y de significación social, que en general participan en la percepción y consumo de la obra cinematográfica.

Ejemplo:

“Cada obra de arte (o medio de expresión” es pensada (y analizada) en su medio, y, de forma inversa, el arte reflexiona sobre su medio”

Quien expresa, al hacerlo, y el público, al asumirlos, están sometidos a procesos de sentido que afectan sus personalidades y que, en consecuencia, en una u otra forma afectan a la sociedad.

La relación del cine con la realidad (social) es dialógica. El cine se ve influido por la realidad social y, en alguna medida, la influye.

Tratemos algunos de los rasgos sociológicos del nacimiento y primerísimos años del cine. Aunque desde febrero de 1895 el cinematógrafo ya había presentado por los **Lumiere**, es en diciembre de ese año cuando oficialmente se presenta. En **México** en enero ya se había presentado el kinetoscopio de **Edison**, sin embargo, no fue sino hasta el 6 de agosto de

1986 (en una función privada ofrecida al presidente Díaz y su familia), y del 14 de ese mismo mes, se presenta de forma pública. Los trabajos eran paseos y actividades cotidianas del presidente y varias postales costumbristas.

La época de la imagen en secuencias, que presenta hechos, sintetizando (primero) imagen y palabra (1895); luego, sincronizando imagen con sonido (1927), y finalmente, integrando el color a la película sonora (1935). Lo que fue sucediendo con todo esto, es que la imagen fue aumentando, cada vez más, su coeficiente de realidad, y estrechando su relación con ella.

¿La naturaleza dialógica de la relación entre la imagen siempre ha mantenido a sus actores en el mismo estatus...?

Morín nos dice, (la imagen) “Siendo representación de un contenido intelectual o emocional (también cultural, desde luego) es, en su misma realidad objetiva un reflejo”.

La porción de la cultura (complejo de significación que distingue a un grupo social de otro) que se expresa preferentemente mediante imágenes es lo que denominamos “cultura de la imagen”.

¿La formación de los públicos jugó un papel relevante en este desarrollo histórico...?

Las personas que viven en culturas considerablemente urbanizadas, con grados relativamente aceptables de desarrollo económico y cultural, se encuentran rutinariamente expuestos a imágenes en movimiento. Es decir, construyen parte relevante de su horizonte cultural y nutre sus marcos cognitivos primarios, a partir del procesamiento de imágenes e imágenes en movimiento. **Ficher** nos dice, “La socialización es un proceso de influjo mutuo entre una persona y sus semejantes (y entre personas y su medio), un proceso que resulta de adaptar las pautas de comportamiento social”. Así pues el cine, como fenómeno (social) discursivo, es un relevante agente de socialización, entre las personas y grupos sociales, y sobre la manera en que éste se desenvuelve en la sociedad. El cine contribuye a que las personas y los grupos sociales, desarrollen y adapten sus estrategias y medios de socialización. Así pues, la película ha de lograr en el espectador un compromiso (el individuo en sociedad se distingue por su capacidad de pensar en términos abstractos y, como consecuencia, de usarlos para la toma de decisiones).

¿Cómo...? A partir de la observación y examen de los principios técnicos de realización cinematográfica, y con base en la incidencia de los factores que hablan sobre su dimensión antropológico-social (sociología del cine).

Funciones generales del cine

El fenómeno cinematográfico procesa sentido, se sostiene en principios comunicativos que le dan dimensión social.

COGNITIVA. Las audiencias al asumir la imagen audiovisual, al apropiarse de una experiencia (negociación de significados, procesamiento de sentido...) adquiere un conocimiento, o un marco cognitivo que le permite construir conocimiento sobre su realidad.

ESTÉTICA. Valores estéticos (por imitación a la armonía de la naturaleza) que generan "deleite espiritual", del ánimo. (Estética como armonía).

RECREATIVA. El cine es un medio que permite el deleite, el esparcimiento y la diversión. La evasión, la fuga, también constituye una de sus funciones primordiales. El cine como ARTE. Actividad expresiva cuyo principal objetivo es provocar sensaciones estéticas y, en segundo momento, revelar sentidos mediante la promoción de procesos de significación. Una forma particular de expresión cuya principal finalidad consiste en representarse a sí misma.

INDUSTRIA. El cine es el arte (o la forma de expresión) más industrial no sólo por qué desde el momento en que implica cámaras, películas y equipos de alta tecnología se vincula con industrias diversas, con un considerable desarrollo técnico y altos costos, sino además por las redes comerciales por las que su realización ha transitado. Hoy día, el cine forma parte del sistema productivo de las empresas, escuelas, gobiernos...en general de los países.

INDUSTRIA CULTURAL. (A mediados de los cuarenta, Adorno y Horkheimer crean el concepto). La idea refiere a la producción industrial de los bienes culturales, como movimiento global de producción de la cultura como mercancía (**Mattelart**).

¿Cómo producto de la industria cultural, el cine seguiría siendo una forma artística de expresión...?

El cine y la industria. Por un lado, como realización, el cine sirve como medio de la publicidad (la publicidad como uno de los medios encargados de sostener a la sociedad de consumo occidental, de forma autopoietica, un sistema capaz de reproducirse y mantenerse por sí mismo). De igual forma, el cine tiene como medio a la publicidad para realizar sus labores de difusión. El hombre actúa de acuerdo a una determinada escala de valores y trata de ajustar su comportamiento a esa medida. La moral plantea que las acciones (catalogadas a su luz) no permanecen en el ámbito exclusivo de lo individual, sino que tienen resonancias sociales.

Pregunta:

¿El cine es una expresión amoral, moral o inmoral...?

¿Hasta cuando una película se podría considerar dentro del ámbito de la moral...?

¿Qué es la censura...?

¿qué persigue la censura a nivel social...?

¿Cómo incide la censura en la realización de una película...?

2.1. Las principales cuestiones sociológicas sobre el cine

La explicación sociológica es más o menos ésta: el hombre actúa, al parecer, porque: desea algo, quiere lograr alguna cosa, alcanzar algún fin, y espera conseguirlo actuando. Su deseo y sus esperanzas forman un contexto o situación, contra el cual o dentro del cual actúa. Su finalidad no es dada y él se esfuerza por ella.

Cuanto mejor sea la apreciación de sus propios deseos y de sus posibilidades de satisfacerlos en una situación dada, tanto más probable será que sus aspiraciones se realicen por la acción con que se pretende realizar.

Ejemplo:

El caso clásico lo constituye el realizador extranjero novato en Hollywood: seducido por las remuneraciones, por las promesas y por el soberbio profesionalismo de los técnicos y actores de Hollywood, se decide ir a ese lugar. A lo que sigue una triste y repetida historia. Poco a poco se ve obligado a pactar compromisos; tomar escenas que no le gustan; selecciona ángulos para exhibir decorados o perfiles de estrellas y no para lo que él desea transmitir; a mandar que se haga esto y lo otro de aquella o la otra manera, etc. Al finalizar la película queda en libertad, a lo cual puede muy bien renunciar... si desea seguir trabajando en Hollywood.

2.1.1. La sociología de la industria: Quién hace el cine, cómo y por qué

En efecto, ha de haber demanda antes de que pueda ser satisfecha; pero es suficiente, para justificar la oferta, decir que se anticipó a la demanda; aunque ya se sabe que esto es un riesgo. En pocas palabras, esta es la respuesta a quién hace las películas, como y por qué.

Primero, quién hace el cine: las películas son hechas principalmente por una industria especializada, con amplios recursos de abastecimiento.

Segundo, cómo se hace el cine: la industria opera como cualquier otra, reuniendo instalaciones, mano de obra y capital.

Tercero, por qué se hace el cine: es bastante simple; la industria produce películas con objeto de obtener beneficios, y/o hacer propaganda. Los individuos que rigen la industria lo hacen o para ganar dinero y/o para hacer

filmes de calidad, sin mencionar algunos otros deseos que el cine satisface, tales como la fama o el sexo.

2.1.2. Importancia de la sociología de la industria para la sociología del medio en general

2.1.3. “Arte individual” frente a “arte colectivo”

Las películas rara vez son el producto del esfuerzo aislado creador de un hombre. Aun para un hombre con recursos limitados, hacer una película que alcance niveles profesionales.

Para hacer esto, una película enteramente realizada por uno mismo, se requiere el dominio de distintas capacidades: saber manejar una cámara de cine, editar o montar la película e incorporarle el sonido. Y pocos realizadores profesionales poseen todas y cada una de estas habilidades; los directores por ejemplo, raramente dominan más que alguna otra tarea del proceso de realización de la película.

¿Qué quiere decir esto?

¿Hay una diferencia implícita entre aquellas artes que sólo pueden ser producidas colectivamente y aquellas otras, como la literatura o la pintura, que pueden ser producidas por un solo individuo?

Para responder a esta pregunta puede ser muy útil considerar la arquitectura: el cine, como ella, es un arte colectivo.

Ejemplo:

Para completar el producto final un arquitecto tiene que utilizar el servicio de muy distintas especialidades. Y aunque los estudios de arquitectura proporcionan al arquitecto una noción de todas esas especialidades, en realidad no es indispensable para él saber mezclar y verter el cemento, soldar acero, poner cristales, cortar madera o dominar otros procesos que él ordena que entren en la realización de sus proyectos.

Al arquitecto se puede oponer un hombre que proyecte y edifique su cabaña de troncos; al profesional de Hollywood se puede oponer un realizador que todo lo haga él mismo.

No hay, pues, artes implícitamente colectivas o individuales. Hay sin embargo, importantes diferencias de complejidad organizativa en el proceso de producción de diferentes artes.

El problema se plantea simplemente debido a la forma en que está estructurada la organización de la producción cinematográfica.

Hay un punto de vista establecido según el cual el modo de valorar un filme, o cualquier obra de arte, consiste en verlo unas cuantas veces, reflexionar sobre él, probar varias interpretaciones, discutir sobre él y esforzarse por tomar una decisión.

Pregunta:

¿Es simplemente que una buena película procede de un hombre de valía, o que una buena película es el resultado de depositar la responsabilidad en buenas manos?

Didácticamente, por supuesto, esta clase de atribución de la responsabilidad es vital. Sólo puede demostrarse que un director ha aprendido y madurado cuando su profesionalismo ha progresado.

Las películas son los productos complejos de elaborados procesos y es arriesgado imaginar que cuanto en ellas ocurre puede explicarse sin otras demostraciones.

Pregunta:

¿Por qué el cine de Hollywood tiene tanto éxito?

El triunfo de Hollywood es el triunfo de la elevación del estándar general de las películas por la concurrencia de esfuerzo en perfeccionar la calidad del producto medio. Sus objetivos son elevar el estándar general, el promedio, reduciendo sobre todo el extremo más bajo de la escala, pero tal vez al precio de estimular menos el extremo superior.

2.1.4. Orígenes de la industria

El cine es el caso claro de una invención que surge primero, sin aparentes posibilidades comerciales, como un juguete, o una diversión cuando no se veían nada claras las posibilidades de que pudieran crearse un público y una demanda.

La demanda precede a la oferta, tenía que haber habido, por así decirlo, “espacio económico” para la industria del cine; tenía que haber habido suficientes personas con suficientes recursos económicos para sostener una nueva industria del espectáculo. La industria cinematográfica tuvo que luchar para crearse a sí misma y crear su propia demanda.

Se rodaron películas de trenes que llegaban o de desfiles, así como de numerosos acontecimientos de interés, sólo por lo que tenían de movimiento y porque ese movimiento podía ser reproducido.

Una posibilidad obvia era la de registrar sucesos corrientes: un incendio, una carrera, un combate de box. Otra posibilidad la de mostrar gentes y lugares exóticos.

Ejemplo:

Historias fantásticas como “Voyage dans la Lune” de **Méliès**, “The Great Train Robbery” de **Porter**, etc.

Hombres como éstos pusieron los cimientos de la industria, puesto que la realización de películas se convirtió rápidamente en una industria.

El cine americano ha producido mayor cantidad de buenas películas que cualquier otro país, tanto en términos absolutos como en tanto por ciento.

Y directores cinematográficos de otros países como: **Kurosawa**, **Ichikawa**, **Ozu**, **Mizoguchi** y **Kobayashi** en el **Japón**; **Clair**, **Renoir** y la nueva **Ola de Francia**; **Fellini** y **Antonioni** en **Italia** – han trabajado todos bajo estructuras capitalistas.

De este modo las grandes productoras llegaron a convertirse en sus propias distribuidoras; las cadenas de cines compraban directamente a las compañías productoras.

2.1.5. La función del público en el medio en general

Pregunta:

¿Qué constituye un público y qué tienen de especial los públicos de cine?

El punto de vista establecido es que hay diversiones activas y diversiones pasivas; formar parte de un público se refiere a las diversiones pasivas, mientras que hacer música u otras labores pertenecen a las diversiones activas.

Hay varias maneras de formar parte de un público, tanto en los medios de comunicación de masas como en cualquier otro. El público de la radio y de la televisión pueden proseguir muchas de sus actividades domésticas normales mientras que están mirando. El público de una película puede alborotar, dormir, besar y acariciar, comer, beber y hacer otras muchas cosas. El lector de un libro, sin embargo, todo cuanto puede hacer es sentarse o tumbarse, beber, fumar y concentrarse en la lectura.

La respuesta común es de tipo puritano: se tiene la creencia de que es bueno trabajar hasta cuando sea en busca del placer. En el libro hay que concentrarse y esforzarse; la película lo sirve todo en bandeja.

El cine tiene la gran cualidad adicional de proporcionar un entretenimiento a la gente que no sabe leer.

La investigación sociológica revela que una mayor exposición a los medios de comunicación de masas va acompañada de una total pasividad y

credulidad, y también que los medios visuales aumentan a medida que decrece la estabilidad social.

El cine utiliza un lenguaje rico y complejo que puede emplearse para establecer cosas que el lenguaje escrito no puede hacerlo. O, lo que es aún más interesante, que la técnica de la ficción y de la poesía se han enriquecido al contacto con el cine. Y “a fortiori” (con mayor motivo), también lo contrario.

El público como grupo no estructurado

Nuestra sociedad, en cierto sentido, es una sociedad de públicos. Todos nosotros somos miembros de públicos muchas veces al día, en diferentes medios, en diferentes lugares, en diferentes contextos. Somos público de radio y lectores de periódicos por la mañana. Público amontonado mientras nos dirigimos al trabajo. Por la tarde somos público de la radio, la televisión, el tocadiscos, el cine, el teatro, el libro. Unas veces formamos parte del público por placer, y otras veces por necesidad, como cuando leemos letreros o anuncios para informarnos, muchas veces a pesar nuestro.

Ejemplo:

Los anuncios comerciales de la televisión.

Pregunta:

¿Qué es un público?

Los sociólogos dicen que es un grupo no estructurado. Ciertamente es un grupo, a pesar de que solo existe como grupo intermitentemente y durante un corto espacio de tiempo, un grupo que cambia y se renueva constantemente con miembros diferentes.

Blumer, afirma que un grupo no estructurado “no tiene organización social, no es un conjunto de costumbres y tradiciones, no tiene establecidas normas ni ceremonial, carece de criterios de valoración propios, le falta una estructura legal y no tiene jefatura establecida” (pag. 168).

Blumer (Collective Behaviour, en A:M: Lee, ed., New Outline of the Principles of Sociology, 167-222, New York, 1946).

El público de cine, al parecer, es el grupo no estructurado por excelencia, tal y como se pinta en esa definición.

Cuando un realizador hace una película, damos por admitido en general que desea expresar o hacer algo en ese medio, y decirlo o hacerlo para un

público determinado, más o menos claramente configurado, de tal modo que su obra, en cierto modo, está hecha a la medida de ese público hipotético. (Gans, **The Creator-Audience Relationship in the Mass Media: An Analysis of Movie Making**, en Rosenberg and White, **Mass Culture**, Glencoe, 1957).

Las películas son más libre en el sentido de que no necesitan medidas correctivas; pero no son más libres en el sentido de que ignoren a su público. El verdadero problema es conocer la extensión de la participación del público en el medio en general.

El público plantea un serio problema, cuál es su irresponsabilidad respecto a los realizadores de películas a quienes ignora. Ahora es en donde hemos dado en el blanco.

Primero alegamos que es un deber para el realizador de cine tener que satisfacer los gustos de su público; ahora decimos que éste es irresponsable para con aquél al ignorarlo.

Pregunta:

¿Cuál será la correcta relación entre el realizador y el público?

De hecho lo que hace Hollywood es tratar de obtener muestras de su público.

Ejemplo:

Han sido registrados numerosos casos de películas que sufrieron un nuevo montaje después de rápidas pruebas privadas y también de los comentarios que se tomaron en notas sobre las reacciones.

Su objetivo es satisfacer al público, evitando disgustar a las minorías destacadas que haya en él.

Pregunta:

Ahora bien, ¿se dispone de información sobre la reacción del público ante las películas, y podría justificarse sobre esta base el corte a la medida de las mismas?

Si una película es un poco lenta y el público se aburre, al cortarla se evitará que se propague la noticia de que es lenta y aburrida.

Pero lo que resulta intolerable es permitir a un director realizar una película fuera de lo corriente y luego pretender adaptarlo a los moldes ordinarios para asegurarse la taquilla.

Ejemplo:

A causa de un alto costo, es evidente que la película **Cleopatra** tenía que dirigirse a un público lo más amplio posible. Por otra parte, películas más modestas, de uno o dos millones de dólares, pueden obtener un notable beneficio dirigiéndose a un público especializado.

Un factor de carácter étnico del cine europeo por el que se ha diferenciado siempre el cine de **Hollywood**, ha sido el reconocimiento de públicos diferenciados. Sin duda alguna esto tiene mucho que ver con el establecimiento de productores más pequeños con costos más reducidos, y por lo tanto con más pequeños mercados que atender.

2.1.6. La asistencia al cine como institución social. La sociología del entretenimiento**Pregunta:**

¿Que obtiene la sociedad con que sus miembros vayan al cine?

Pregunta que en términos sociológicos podría interpretarse así:

¿Cuál es la función social del cine como entretenimiento?

La asistencia al cine contiene un elemento de socialización. El cine es en un sentido real arte de masa, sino también porque lo individual se pierde en la oscuridad de la representación continuada, desentendiéndose de quienes lo rodean; y puede escapar por la salida lateral hacia el aislamiento con toda facilidad.

El cine saca a la gente de sus casas para meterla en inmensas salas.

El cine es el primer medio de comunicación de masas que por sí mismo ha dado origen a una industria del entretenimiento.

Ejemplo:

El ciclo de películas para adolescentes y de películas de terror estaba dirigido específicamente a sectores de la subcultura juvenil: El ciclo de las películas de espionaje empezó porque las películas de la serie **Bond** descubrieron que había un público para este nuevo género: un público mucho más sofisticado y autosatisfecho de lo que antes hubiera podido imaginarse.

2.1.7. El cine como influencia

Es hora de hacer una confrontación más precisa de la difundida teoría de que el cine influencia a su público, ya sea de manera mediata o no y de que lo hacen del modo más radical.

Esta conducta es imitativa, y creo está fuera de toda discusión que en este nivel hay alguna influencia.

También es absurdo culpar al cine de que el delincuente juvenil alegue que delinquiró por haber visto aquello en el cine.

Ejemplo:

Es imposible establecer una relación causa-efecto en esta materia: la lectura de Los Hermanos Karamazov no ha hecho a la sociedad cometer crímenes.

Pregunta:

¿Los mismos dibujos animados que los largometrajes, los documentales y los noticiarios de guerra y alteraciones públicas, nos exponen a un permanente nivel de violencia?

La experiencia cinematográfica también proporciona: información; temas sociales, morales y políticos; diversión y catarsis (liberación o eliminación de los recuerdos que alteran la mente o el equilibrio nervioso.)

Que las películas informan es, por demás, obvio. Si también son capaces de distraer, en el sentido de que uno se siente descansado y contento después de ver una buena película, mejor dispuesto hacia los demás y en mejor estado de ánimo para trabajar, entonces las películas tienen un efecto muy concreto sobre nosotros y nuestras circunstancias, lo cual no tiene nada que ver con la imitación.

Ejemplo:

Muchas películas sobre el linchamiento, sobre la intimidación social y política, han combatido la cobardía moral de las gentes corrientes y las necesidades de la acción conjunta para dominar a sus enemigos.

El “western” de gran éxito High Noon (Solo ante el peligro) plantea que un hombre no debería tener sino desprecio por la gente que no quiere ponerse al lado de los representantes de la ley y el orden.

En un examen mucho más profundo del mismo tema, el genial realizador japonés **Akira Kurosawa** expone en Los Siete Samurais la idea de que la gente corriente, incluso aunque esté dirigida y entrenada, necesita aún un considerable grado de fuerza y tenacidad para defenderse contra determinados enemigos.

Sin embargo, el grueso de las películas producidas muestra una más efectiva actitud hacia la sociedad circundante. Y en ocasiones muy especiales de

crisis nacional, las películas parecen destacar los aspectos sociales dignos de elogio y excitación.

Entonces, por encima de esos tres modos de influencia: argumento, distracción y catarsis, se halla la cantidad total de información de la que uno se nutre.

El medio como mensaje

La teoría de **McLuhan** puede generalizarse así: la tecnología no solamente cambia nuestra circunstancia, sino nuestra experiencia de ella.

Pregunta:

¿Cómo era nuestro sentido del pasado?

¿Consistía en la memoria?

¿Cómo sabíamos quién tenía buena memoria y quien mala?

¿Qué alcance tenían las memorias?

Ejemplo:

Los escribanos de la época de los aztecas, aquellos personajes que se preparaban para ser escribanos pasaban años perfeccionando esta habilidad, pintando; y a través de estas pinturas contando la historia de su cultura y sus valores.

La lectura transforma. La nuestra es una sociedad en la que asumimos vastas cosechas de conocimientos pertenecientes a otros.

Ejemplo:

No podríamos concebir la construcción de cohetes espaciales si no supiéramos ampliamente que la teoría de que la tierra es ovoidal está bien demostrado y que es una verdad probable.

La tecnología, dice **McLuhan**, actualmente extiende y desarrolla nuestro sistema nervioso. Con nuestros cinco sentidos solamente podemos abarcar cierta cantidad de cosas. Con la escritura podemos extender nuestra memoria. Con la imprenta podemos introducir una gran cantidad de yuxtaposiciones en nuestros recuerdos. Y puesto que somos totalmente producto de nuestra educación y nuestra cultura, somos totalmente producto de nuestra tecnología.

El cine nos permite ver cosas que nunca podríamos ver, y también ordenarlas y seleccionarlas según nuestra conveniencia. Y así sucesivamente.

La sociología del cine es lo que éste ha hecho para y por nuestra sociedad. Así un medio de comunicación eléctrico transmite mensajes más rápidamente que el recadero, creando estrechas relaciones ciudadanas sin necesidad de contactos frente a frente; así también el cine, uno de los medios eléctricos de comunicación, es igualmente significativo

Ejemplo:

Antes del advenimiento del cine, los centros de reunión del barrio eran las esquinas de la calle, algunas tiendas, y, sobre todo, el bar.

El cine se convirtió en el nuevo centro vecinal. Era barato, ni clasista, ni selectivo, aunque no del todo “cara a cara”; había valoración social.

El “mensaje” del cine a nuestra sociedad fue que era posible un conjunto diferente por completo de relaciones interpersonales y comunitarias.

La “calidad” experiencia del cine es la esencia de la sociología del cinema. La experiencia de la asistencia al cine es definitiva para el medio en general. Los productores producen, los públicos se congregan, los críticos valoran y todo a causa de la confrontación del público con la pantalla.

El cine es un canal de comunicación peculiar, pues tiene sólo unas cuantas salidas y, funciona nada más que intermitentemente (sobre todo después del mediodía). El mensaje es usualmente transmitido en dos horas, poco más o menos. Hecha la oscuridad, la pantalla se ilumina, la película se pone en marcha, y un mundo se abre.

2.1.8. Contenido y realidad del cine

La cuestión a abordar en este subtema es la relación entre las sociedades que producen las películas y las sociedades creadas en las películas.

Kracauer nos dice su teoría: “La realidad física, la vida tal y como se vive, puede ser captada por el cine de un modo que ningún otro medio de comunicación puede emular.”

Señala **Kracauer**: “Admitiendo de momento que haya una realidad que captar (la guerra es un infierno o cualquier otra cosa) el intento de captarla puede o no puede estar basado en la filosofía del realismo.

Ejemplo:

En *The Burmese Harp* (El arpa Birmana) apenas y podemos ver ahí un combate, mientras que en *Paths of Glory* (Senderos de Gloria), ahí podemos

ver muchos. Ambas películas se esfuerzan en captar la realidad de la experiencia de la guerra, la primera indirectamente y en la otra podemos ver un realismo directo.

Una alternativa más allá sería (mostrar la realidad tal como es), aumentando los casos reales con meticuloso detalle, incluso sin tener que reducir siquiera la secuencia del tiempo.

Ejemplo:

¿Recuerdan los noticiarios cinematográficos de Demetrio Bilbatúa antes de cada película o en el intermedio...?

Los noticiarios cinematográficos no montados son de esta clase. Pero hay una falacia en la filosofía que respalda todo esto, a lo cual podemos llamar naturalismo: comunicar el aburrimiento o el regocijo no quiere decir que el público tenga que aburrirse o regocijarse; para demostrar que la guerra es un infierno no es necesario simular la guerra como el infierno.

Ni **Leni Reifenstahl** ni **Alfred Hitchcock** eran “realistas”; sino realizadores, que pisaban en firme mundos creados totalmente por su propia imaginación; su control y claridad de visión nos fascinan. Esto puede aplicarse más aún a artistas de la postguerra a los que yo admiro mucho: **Robert Bresson**, **Ingmar Bergman**, **Michelangelo Antonioni** y **Akira Kurosawa**. Tal vez los elementos más importantes de la **Nouvelle Vague** y de la escuela del realismo inglés han sido aquellos que poseen la más característica visión personal: **Truffaut** y **Godard**; **Clayton** y **Schlesinger**; **Donner** y **Losey**. En Italia, entre los más jóvenes, **Damiano Damiani**, **Bernardo Bertolucci**; en América, **Robert Aldrich**, **John Frankenheimer**, **Sam Peckinpah**, **Arthur Penn**, etc.

El trabajo de estos creadores no extrae su fuerza de una especial relación con la “realidad”, sino de la coherencia y consistencia de la imaginación personal que informa ese trabajo.

Ejemplo:

Expliquemos esto un poco. En el **Alamo** no peleó **John Wayne**; **Cleopatra** no se parecía a **Elizabeth Taylor**.

Pero la utilización de tales estrellas es, sin embargo, una parte esencial de las convenciones dramáticas del cine.

No obstante aparte de su tolerancia para con la visión personal, una visión estrechamente disciplinada y relativamente anti llamativa, había algo también vigoroso y apasionante en el cine americano, algo profundamente enraizado con la relación que tiene con su sociedad: su habilidad para retratar cualquier aspecto de la sociedad americana con precisión casi clínica desde los bajos barrios urbanos y rurales, y negros, pasando por los suburbios, hasta las más altas esferas políticas y sociales. Los hombres de cine americanos conocen su sociedad y la reflejan en la pantalla.

Pese a todo, y tal vez a causa de ello, ha habido siempre en el cine americano una vigorosa actitud crítica hacia la sociedad.

Ha criticado, condenado, satirizado y descubierto o señalado públicamente los defectos despiadadamente a su sociedad.

He aquí una verdad general acerca de **Norteamérica**: sus mejores críticos son los norteamericanos.

Ejemplo:

El gansterismo, la corrupción política, el linchamiento, los prejuicios raciales (contra los judíos y los negros), el fascismo, la caza de brujas (antigua y moderna), la guerra y recientemente la Bomba Atómica, han sido objeto de películas de crítica, incluidas en la corriente principal del cine norteamericano.

Cine y sociedad en el Lejano Oriente

Tal vez sea el momento de introducirse en el **Lejano Oriente**. Las dos mayores industrias cinematográficas orientales son la de **Japón** y la de **Hong Kong**.

¿Cuál es la relación entre la sociedad de estos países y el cine que se produce en ellos?

En el **Japón** se encuentran muchas similitudes con **América**. Hay una tradición cinematográfica cuidadosa y crítica. El **Japón** es retratado extraordinariamente bien por sus grandes artistas: **Ozu**, **Kurosawa**, **Mizoguchi**, **Kobayashi** e **Ichikawa**.

A partir de la guerra, la tendencia hacia la crítica social ha sido muy fuerte y probablemente se ha desarrollado al máximo por **Kurosawa** (cuya película *The Bad Sleep Well* acusa a muchos sectores de la sociedad japonesa).

También ha criticado en otras películas la importancia de la burocracia (*Ikuru*), los condicionamientos que producen el crimen y el vicio (*Stray Dog*,

High and Low), las circunstancias de la era nuclear (Record of a Living Being), y así sucesivamente.

También ha hecho muchas películas dentro de la gran tradición de reconstrucciones de la sociedad medieval japonesa; pero en ella muestra tanto a los rústicos campesinos y los mercados de los pueblos como a los príncipes y samurais.

Kurosawa es posiblemente el más grande artífice de cine que el mundo ha conocido. El Japón es una sociedad apasionante, capaz de cambiar y desarrollarse a la altura de las condiciones modernas. No es perfecta ni mucho menos, y tiene cosas inquietantes, pero su maravillosa industria cinematográfica finca sus raíces en una rica estructura social.

Hong Kong tiene algo de lo contrario, cinematográfica y socialmente. A diferencia de **Japón**, la sociedad china era tan reaccionaria como conservadora. Primero los políticos corruptos y ahora su aplastante puño totalitario han impedido que se desarrollara un auténtico y crítico cine chino.

En **Hong Kong**, donde los productores son muy libres de hacer el cine que les gusta, frecuentemente localizan los argumentos en su ciudad.

China, sin embargo, no parece tener con su pasado la relación que tiene el **Japón**: en primer lugar, los japoneses tienen una idea bastante plausible de cómo era su sociedad entonces (en cualquier tiempo); en segundo lugar, parecen tener abundancia de asuntos históricos que incluyen el individualismo, la justicia y otros temas universales, y no sólo fantasías e intrigas cortesanas.

El cine chino de **Hong Kong**, sin embargo, en contraste con el japonés, y casi como el cine histórico inglés o americano, es amable y artificial.

Hong Kong es una sociedad vital y fascinante, donde las películas que apasionan (como las norteamericanas y las japonesas) tienen mucha aceptación.

Ejemplo:

En el **Hong Kong** chino las subculturas siguen líneas dialectales: mandarín, shanghainés, amoy, fukien, hoklo y las varias ramas del cantonés. Algunos de estos dialectos apenas son mutuamente inteligibles. Así, muchas películas chinas llevan subtítulos... ¡en chino!