

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

Desde su aparición, el cine ocupó un espacio social y trae consigo entretenimiento, diversión, espectáculo, tiempo de ocio, formación de opinión, creación de conocimiento y cultura. Este capítulo se centrará en conceptos básicos teóricos referentes del cine y su relación con los estudios culturales.

2.1 Clasificación de los audiovisuales

El cine está caracterizado por ser un mundo lleno de diversidad y complejidad. Aunque la manera más común de clasificarlo para su estudio y conocimiento es a través de los géneros cinematográficos, existen otras categorías que pueden ayudar a explicarlo y comprenderlo. Entre esta clasificación se encuentran, de acuerdo con Sánchez Noriega (2002:97), los formatos cinematográficos, las categorías supragenéricas y los géneros, que a continuación se explicarán:

Los formatos cinematográficos se clasifican, a su vez, en cine mudo/ cine sonoro, cine de animación/ cine de referente real, cine artístico/ cine narrativo y cine argumental/ documental.

Las categorías supragenéricas abarcan aspectos como la producción, el origen o finalidad de las películas, u otros como su estructura o duración. En esta categoría se encuentran: la duración, la finalidad o recepción del texto fílmico, el proceso de producción, el origen del guión y la estructura.

Finalmente, los géneros cinematográficos fueron definidos en la década de los cuarenta para clasificar a las películas de acuerdo con lo que crean en el espectador. El género puede decirle al público qué es lo que puede esperar de la película, ya sea reír, con las películas cómicas; llorar o emocionarse, con el drama; asustarse con el terror; entretenerse con el suspenso; etc. Y también sirve para que el espectador pueda reconocer temas, espacios, íconos, situaciones, objetos, etc., que puede encontrar en la película (Sánchez, J. 2002:98).

En general, de acuerdo con Sánchez Noriega (1999:98), todas las películas son agrupadas dentro de un género porque entre ellas tienen ciertas características en común, y poseen la *dialéctica de la repetición y la diferencia*, porque cada una de ellas repite elementos como situaciones, diálogos, escenarios, vestuario, que las hace parte de un género específico. Por eso es posible clasificarlos de la siguiente manera:

- 1) De acuerdo con las expectativas que crean: drama, comedia, terror, aventura, acción, etcétera:
- 2) de acuerdo con la época: histórico, pseudohistórico, actual, futurista:
- 3) de acuerdo con los temas o ciclos: bélico, biográfico, religioso, etc.;
- 4) de acuerdo con el tratamiento: comedia, parodia, drama, esperpento, comedia dramática, etc.

Debido a que cada género tiene sus propias variantes y ciclos, se puede hablar de la existencia de híbridos, intergéneros y películas que pueden pertenecer a varios tipos de géneros (Sánchez, J. 1999:99).

A veces el cine puede ser visto como un lenguaje nuevo, sin embargo, aunque no lo es, sí refuerza significados a través de algunos procesos. Para poder analizar una película y entenderla, es necesario recurrir a principios básicos de la comunicación, es decir, verla como un medio de comunicación y situarla como un sistema que genera significados y cultura (Turner, Graeme. 1999:52).

2.2 Estudios Culturales

Stuart Hall define el alma de los estudios culturales como: “discursos múltiples, historias numerosas y diferentes, un conjunto amplio de opciones, varios tipos de actividades, personas que tenían y tienen distintas trayectorias, un gran número de metodologías y de posiciones teóricas diferentes”, y están caracterizados por permitir investigar tanto al texto como al contexto en que son consumidos dichos discursos (Grandi, Roberto. 1995:94).

Por otra parte, Raymond Williams intenta dar tres definiciones que pueden ser útiles para explicar el significado de estudios culturales, y los entiende como: “un proceso general de desarrollo intelectual, espiritual y estético; un modo de vida particular, referido a un pueblo, un período o un grupo; los trabajos y las actividades intelectuales y artísticas que producen” (Grandi, Roberto. 1995:94).

Grandi (:100) menciona nueve características que pertenecen a los estudios culturales, según C. Jenks:

1. Adoptan el concepto de cultura y lo entienden como “el modo de vida completo de un pueblo”.
2. Legitiman, justifican, celebran y politizan todos los aspectos de la cultura popular, que la consideran como algo dotado de valor por sí.
3. Los procesos de los medios de comunicación de masas crean la existencia de la socialización de una identidad que es reconocida por quien actúa en los estudios culturales.
4. Miran a la cultura como algo dinámico, que se renueva constantemente, es decir, como un proceso.
5. Su base está en el conflicto más que en el orden.
6. Son imperialistas.
7. Toman en cuenta todos los niveles en las representaciones culturales, el comienzo, la recepción, la distribución, y su consumo.
8. Son interdisciplinarios.
9. Rechazan los valores absolutos.

2.3 Cultura e ideología

Existen muchos estudios elaborados en torno al cine y su relación con la cultura, algunos de ellos son de cine y política, cine y sociedad, cine y cultura, por ejemplo. De estos, muchos se han referido a la relación que tienen con la cultura popular, mientras que otros lo hacen como evidencia de los movimientos culturales, o como una reflexión sobre las creencias de la ideología dominante y los valores de su cultura (Turner, Graeme. 1999:152).

Lingüistas, antropólogos, teóricos y marxistas han contribuido para establecer la relación entre una película y la sociedad, dentro del marco de categorías de representaciones de cualquier tipo, fotografías, pinturas, novelas, en su cultura. Una película no refleja o graba la realidad, sino que, como cualquier otro medio de representación, construye y representa su imagen de la realidad a través de imágenes, convencionalismos, mitos e ideologías de su cultura y también de prácticas y costumbres. Así como el cine trabaja en un sistema de significados de cultura, que los renueva, reproduce o reafirma, también es producido por esos mismos sistemas. El realizador de la película, así como el novelista o guionista, usa los convencionalismos y repertorios disponibles dentro de su cultura para hacer algo fresco pero familiar, nuevo y a la vez genérico, individual y representativo (Turner, Graeme. 1999:152 y 153).

Existen dos categorías de estudios culturales que establecen la relación entre el cine y la cultura: textual y contextual. El primero de ellos se centra en el texto o cuerpo de la película y en su producción, mientras que el contextual tiende a analizar lo cultural, político, institucional de la nación en donde se realiza la industria cinematográfica. El resultado de la combinación de las dos aproximaciones a los estudios culturales sobre el cine es muy amplio, por lo que también debe estar ligado a lo que son las ideologías (Turner, Graeme. 1999:153 y 154).

2.4 Ideología

El término ideología comúnmente está situado dentro del área de teorías y estudios culturales. De acuerdo con Graeme (1999:154 y 155), puede decirse que en cada cultura está implícita una teoría de la realidad que dirige su orden en lo que es bueno y malo, correcto e incorrecto, y así. Ideología es un término que se utiliza para describir un sistema de creencias y prácticas que son producidas por una teoría de la realidad, y aunque la ideología no tiene una forma material, se pueden ver los efectos materiales que tiene en las prácticas políticas y sociales, en la manera en la que se generan las relaciones, o en la idea que se tiene del individuo. Este término también es utilizado para describir el trabajo que tienen el lenguaje y las representaciones dentro de una cultura.

L. Althusser define a la ideología como una relación que existe entre el hombre y su mundo real de manera inconsciente, como imaginaria, y que es activa porque refuerza esa misma relación que el hombre tiene con sus condiciones de vida (Grandi, Roberto. 1995:119).

Por este mismo concepto anterior sobre la relación inconsciente o imaginaria que existe entre el hombre y sus condiciones de existencia reales, la ideología también se comprende como un proceso de reproducción de las relaciones de producción. Esto es porque las actividades del hombre se reproducen por medio de organizaciones políticas, religiosas y culturales, la familia, instituciones educativas, etc., que Althusser llamó Aparatos Ideológicos de Estado (Grandi, Roberto. 1995:120).

De manera más simple, se puede afirmar que las ideologías son discursos y narrativas que circulan en una cultura y determinan lo que puede y no puede ser pensado, y lo que puede y no puede ser hecho. Una de las funciones con las que cumple la ideología es la de crear la noción de comunidad, en donde todo es armonioso, justo y manejable, siempre y cuando cada individuo tome el lugar “natural” que le corresponde; también trata de convencer a los grupos de una cultura de que el valor que se le asigna a ciertos signos o cosas que hacen la diferencia –como la raza, color de piel- es natural. Todo esto es porque la narrativa ideológica construye y promueve significados que privilegian una cultura y su posición, y “naturaliza” la inferioridad de otros grupos, y una manera de

hacerlo, es a través de la repetición de ideas, función en la que intervienen los medios masivos de comunicación, por lo que las películas se convierten en ricos elementos para el análisis ideológico al ser sistemas de representaciones (Schirato, T. Y Yell, S. 2000:73-75).

La industria cinematográfica tiene intereses políticos que pueden determinar la forma en que las películas son hechas, manifiestan la naturaleza de los intereses a los que sirven, los objetivos que se proponen y también establecen significados para las audiencias que forman parte de una ideología (Turner, Graeme. 1999:156).

2.4.1 Ideología y signos

Para Volosinov, la ideología es producida al mismo tiempo que los signos crean significados. Sin los signos, argumenta, no habría ideología alguna. Todos los significados culturales son producidos por signos tales como las palabras, la ropa, películas y fotografías. Resalta también que todos los significados son producidos dentro de culturas, y pueden ser significados no naturales o significados pre-culturales. La función de la ideología en este caso es la de naturalizar esos significados y perspectivas (Schirato, T. Y Yell, S. 2000:78).

2.4.2 Ideología y globalización

Claude Lefort habla de una nueva ideología que sustituye a la ideología burguesa, conformada por ideas capitalistas tales como la familia, humanismo, nación, ciencia, etc., consideradas como verdades sagradas. Esta nueva ideología que él menciona trata de llegar a las audiencias y es capaz de eliminar el tiempo y la distancia para dar una apariencia de borrar todo tipo de diferencias. Para Lefort, los grupos dominantes tratan de introducir a cada grupo, no importa si es uno explotado, marginado o afectado, en la red de la comunicación. El mensaje que transmiten es este: "Si tu grupo tiene un problema, ven a un show de televisión, con gente capacitada, personas de gobierno, representantes de las mujeres, un ex-asesino en serie, y alguien de la asociación migratoria, y hablaremos de ello" (Schirato, T. Y Yell, S. 2000:84 y 85).

En otras palabras, Lefort habla de que los grupos dominantes alejan la mente de las personas de las diferencias, la opresión, la explotación y los errores, al hacerles ver como si la opinión de cada individuo fuera consultada y tomada en cuenta. Este tipo de comunicación no cambia las cosas, pero sí da la apariencia de que podrían ser cambiadas. Finalmente, esta nueva ideología propuesta por Lefort puede ser definida como el uso de la globalización y de la tecnología de los medios masivos de comunicación para distraer las diferencias (Schirato, T. Y Yell, S. 2000:85).

2.4.3 Ideología y Medios Masivos

Stuart Hall explicó, en *“The rediscovery of ‘ideology’: The return of the repressed in media studies”*, dos temas referentes a la relación entre la ideología y el poder que tienen los medios de comunicación de masas y la relación que hay entre los análisis realizados sobre la naturaleza de los medios desde dos enfoques distintos, pluralistas y marxistas (Grandi, Roberto. 1995:124).

En este artículo Hall llega a la conclusión de que los medios participan en el proceso ideológico como mecanismos que mantienen la ideología dominante o el poder cultural centralizado. Esto es porque representan la manera en que las cosas funcionan, y no porque los medios den indicaciones, sino porque muestran situaciones en las que todos puedan estar de acuerdo y aceptarlas para crear un consenso. Por lo tanto, se puede afirmar que los medios son creadores de consensos dentro de las sociedades, por medio de la ideología presentada en su contenido que ayuda a mantener un orden social hegemónico. Hall lo llama *código hegemónico* porque reproduce un punto de vista dominante que se caracteriza por hacer universales los términos que utiliza para representar a una sociedad, y porque se considera legítimo por sí mismo, es decir, el punto de vista dominante no necesita legitimación (Grandi, Roberto. 1995:124 y 127).

Es necesario mencionar que los medios establecen esa ideología, constructora de significados, dentro de un sistema en el que son aceptados. Según Hall, cada sociedad clasifica el mundo cultural, social y político, para formar un *orden cultural dominante*, que a su vez tiene significados *dominantes* o *preferentes* (Grandi, Roberto. 1995:127).

2.5 Hegemonía

Según Gramsci la hegemonía es “el modo mediante el que los grupos y las formaciones sociales que dominan una sociedad la guían, gracias a la compensación entre fuerza y persuasión, que se obtiene por el ejercicio de un liderazgo intelectual y moral” (Grandi, Roberto. 1995:120).

La idea de Estado-Nación es una forma de organización política relativamente moderna, y el nacionalismo es considerado como una herramienta efectiva de persuasión, por lo que es tomada como un arma de dos filos ya que puede servir para un beneficio político o todo lo contrario, convertirse en un peligro. Por otra parte, la idea de nación es una forma de movilizar el sentido de identidad sin el cual ningún grupo social puede sobrevivir, y también puede ser utilizado para convencer a aquéllos a quienes no son tratados de manera igualitaria para que acepten su subordinación. La hegemonía es el proceso por el cual los miembros de una sociedad son persuadidos a conformarse con ser subordinados y a no luchar en favor sus intereses. Los subordinación se lleva a cabo por las ideologías y el propósito principal de la hegemonía es resistir el cambio social y mantener un estatus (Turner, Graeme. 1999:157 y 158).

En la noción que Gramsci tiene de la hegemonía, la gente no es forzada a conceder poder o control a otro grupo o grupos, sino que es convencida de que sus intereses son mejor servidos si el otro grupo está en el poder, un grupo “naturalmente” superior. Tienen el pleno convencimiento de que los intereses del grupo dominante son los mismos que los suyos, y, por lo tanto, merecen estar en el poder (Schirato, T. Y Yell, S. 2000:81).

Gramsci opina que la hegemonía es producida a través de instituciones culturales, algunas más poderosas que otras. Este punto fue tomado por Althusser que estaba interesado en la manera en la que las instituciones culturales ayudan a extender una ideología y a construir la hegemonía, por medio de producir “identidades culturales” para las personas; a este proceso le llamó interpelación (Schirato, T. Y Yell, S. 2000:82).

2.6 Imperialismo cultural

El imperialismo cultural es un proceso que lleva a que aquellas naciones dominantes en lo económico extienden ese desarrollo y controlan de manera económica, política y cultural a otros países. En otras palabras, se tiende a la dominación, subordinación y dependencia entre las naciones capitalistas avanzadas, entre las que se encuentran Estados Unidos y Europa Occidental, y los países carentes de poder, considerados subdesarrollados como Sudamérica, Asia y África (O'Sullivan, T. et al. 1995:185 y 186).

De esta manera se crea dominación sobre los mercados dependientes a través de valores, ideales y prácticas culturales que invaden, desplazan y cuestionan los suyos propios. Corporaciones multinacionales tienen mucho que ver en este proceso porque facilitan la adopción de ideologías creadas por sistemas capitalistas y los medios masivos son uno de las instituciones más influyentes, tanto que el término imperialismo mediático toma mayor fuerza (O'Sullivan, T. et al. 1995:185 y 186).

2.7 Cultura y lenguaje

La cultura es un término extenso de definir, pero será comprendida como un proceso que produce comportamientos, prácticas, instituciones y significados que constituyen nuestras relaciones sociales. Algunas teorías de estudios culturales, especialmente los relacionados con la semiótica, defienden la idea de que el lenguaje es el mecanismo más importante a través del cual la cultura produce y reproduce significados sociales. Para algunos semióticos como Roland Barthes, el lenguaje incluye todos aquellos sistemas de los que podemos seleccionar y combinar elementos para comunicar. De esta manera, por ejemplo, la vestimenta puede ser un lenguaje que nos sitúa y representa dentro de una cultura (Turner, Graeme. 1999:52).

Lo que un lenguaje hace es construir una realidad, no poner etiquetas con nombres a las cosas. No es posible pensar sin un lenguaje y es difícil imaginar cosas que no existen dentro de un lenguaje. De esta manera nos volvemos miembros de una cultura por medio de él y también se adquiere una identidad. No es posible producir un lenguaje que

sea totalmente independiente del sistema cultural en el que se vive, aunque sí puede ir evolucionando (Turner, Graeme. 1999:53).

Debido a la flexibilidad del lenguaje es posible nombrar cosas nuevas, crear nuevos conceptos e incorporar nuevos objetos, pero esto se hace con términos y significados existentes, es decir, con palabras que existen en un vocabulario con palabras e ideas dentro de un lenguaje. Sin embargo, es necesario establecer que hay cosas que no pueden ser dichas y significados que no pueden producirse si no es dentro de un sistema específico de lenguaje (Turner, Graeme. 1999:53).

2.8 Representaciones

La representación es considerada como el proceso que pone en formas concretas, como los significantes, conceptos ideológicos abstractos. Así es como surge una representación cultural que mantiene y perpetua estructuras establecidas dentro de una sociedad dominante para que las relaciones de poder que existen sean reproducidas en las sociedades subordinadas, de manera que se naturalicen y legitimen los intereses dominantes que generalmente están comprendidos en clase, raza y género, y contribuir a lo conocido como reproducción cultural (O'Sullivan, T. et al. 1995:307 y 308).

Stuart Hall (1997:15), uno de los grandes contribuyentes a los estudios culturales y al tema de las representaciones, las define como el uso del lenguaje para decir algo significativo del tema, o para representar algo para otras personas. Representación es una parte esencial del proceso a través del cual se producen e intercambian significados entre los miembros de una cultura. Incluye el uso del lenguaje, signos e imágenes que representan cosas.

En palabras más breves, representar es producir significados a través del lenguaje. *Oxford English Dictionary*, citado por Hall (1997:16), da a conocer dos significados relevantes de la palabra representación:

a) Representar algo es describirlo o retratarlo, es dibujarlo con una descripción y situarlo en la mente o en los sentidos, como por ejemplo en la oración “Esta pintura representa el asesinato de Abel por Caín”.

b) Representar también significa simbolizar, como en la oración “en el cristianismo, la cruz representa el sufrimiento y crucifixión de Cristo”.

Dentro del proceso de significación en la cultura hay dos sistemas relacionados de representación. El primero permite dar significados al mundo a través de la construcción de relaciones o el intercambio de equivalencias entre cosas –personas, objetos, eventos, ideas abstractas, etc.- y nuestro sistema de conceptos o mapas conceptuales. El segundo sistema depende en la construcción de relaciones entre nuestro mapa conceptual y una serie de signos organizados dentro de varios lenguajes que están para representar dichos conceptos. La relación entre “cosas”, conceptos y signos produce significados en el lenguaje. El proceso que une estos tres elementos es a lo que se llama “representación” (Hall, S. 1997:19).

2.9 Significado y significante

Dentro del campo de la semiótica, Saussure aportó la definición de lo que es un signo y lo explicó como la unión de una forma que significa, el significado, y de una idea, significante. El significado es la parte sensible, material, acústica o señal visual que se une a un concepto mental que es el significante. La parte perceptible del signo es el significado, la representación mental que se evoca es el significante, y la relación entre los dos es la significación. Cabe aclarar que el significante no es una cosa, imagen o sonido, sino la representación que se tiene en la mente (Stam, R. Burgoyne, R. Flitterman, S. 1992:8).

Las imágenes, al igual que las palabras tienen un sentido connotativo y otro denotativo. El connotativo es interpretativo, depende de la experiencia cultural y refleja la dimensión social del mensaje, mientras que el denotativo se refiere al concepto. De esta manera el significado puede asociarse al sentido denotativo de las palabras, y el significante al connotativo (Turner, Graeme. 1999:54).

Las imágenes en una película tienen una carga cultural puesta por el ángulo de la cámara, el encuadre, la iluminación, el color, que pueden tener un significado social. Por eso, cuando se analizan imágenes no sólo se trata con el objeto que representan, sino más bien, con la manera en que representan (Turner, Graeme. 1999:54).

El significado social es el producto de las relaciones construidas entre los signos. El signo es la unidad mínima en comunicación y puede ser una fotografía, una señal, una palabra, un sonido, objeto, olor, o cualquier cosa que una cultura encuentre con significación (Turner, Graeme. 1999:55).

2.10 Códigos y convencionalismos

Cuando se está tratando con el cine, es necesario estudiar las relaciones establecidas entre una película y el contexto específico en el que va a verse, es decir, el contexto social, porque la impresión o satisfacción que la audiencia tenga de la película no depende exclusivamente de su narrativa, sino también del contexto social en el que se encuentra (Turner, Graeme. 1999:89).

Al ver una película, la audiencia la entiende de acuerdo con su propia experiencia social; los gestos, acentos, estilos de vida o formas de vestir que no son conocidos, se comprenden con la construcción de una analogía entre la sociedad representada en la película y la suya, porque representan códigos organizados y aceptados dentro de una cultura (Turner, Graeme. 1999:90 y 91).

Con los estudios culturales es posible hablar de los significados de una película más que de un significado. Los significados pueden ser vistos como el producto que resulta de la lectura que la audiencia hace de la película, más que del propio contenido de ella. Por lo tanto, las audiencias hacen que las películas signifiquen.

Sin embargo, Stuart Hall, en una investigación que realizó sobre la televisión y la prensa, argumentó que los textos estaban organizados de la manera en que preferían ser leídos. Esta lectura preferente puesta por los medios era la que estaba más de acuerdo con los significados producidos por los sistemas de la ideología dominante. Esto no excluye, por

supuesto, que haya diferentes tipos de lectura, porque aunque la audiencia adopte la lectura preferente que lleva el texto implícito, puede también rechazar esta lectura y usar una alternativa, o bien, puede haber una negociación, a lo que se llama lectura negociada, que acepta sólo una parte, o tener una lectura opuesta y rechazar todo por completo. Pero cualquiera que sea la lectura que se adopte, siempre va a ir de acuerdo con la relación que se tenga establecida con el sistema de la ideología dominante (Turner, Graeme. 1999:145 y 146). Comúnmente se establece que los mensajes transmitidos en los medios de comunicación son polisémicos, es decir, pueden tener distintos significados, y también las personas pueden leerlos de distintas maneras, comprenderlos y adaptarlos a su conveniencia.

Los convencionalismos son como códigos, es decir, sistemas en los que todos están en común acuerdo para usar y aceptar. En el cine se ha aprendido a usar un amplio rango de convencionalismos porque no se trata de imitar por completo la vida, sino sólo de representar lo que se cree más conveniente, por ejemplo, seguramente nadie quiere ver veinte minutos de la escena del héroe cuando busca un lugar para estacionar su auto, sino que la audiencia acepta de muy buena manera ver que el héroe llegó y de repente ya está dentro del edificio listo para la acción (Turner, Graeme. 1999:91).

La razón por la que el cine tiene credibilidad es porque da una verdadera apariencia de reproducir la realidad objetiva. No hay diferencia entre lo que la imagen muestra y lo que en "realidad" es (Schirato, T. y Yell, S., 2000:166). La finalidad de los estudios culturales que ven al cine como una forma de representación, es encontrar cuál es la relación que existe entre las representaciones de una película y la ideología dominante.