



Comunicar

ISSN: 1134-3478

info@grupocomunicar.com

Grupo Comunicar
España

Martínez Salanova Sánchez, Enrique
Un paso más para la lectura crítica
Comunicar, núm. 17, octubre, 2001, pp. 49-55
Grupo Comunicar
Huelva, España

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15801707>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica
Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

-
- Enrique Martínez-Salanova Sánchez
Almería

El lenguaje vivo de los medios de comunicación

Un paso más para la lectura crítica

Un lenguaje que no estuviera en constante adaptación y crecimiento, moriría. Los medios de comunicación deben enriquecer el lenguaje oral y además, ellos mismos, adaptarse a las circunstancias sociales y culturales de los pueblos en los que se insertan acrecentando y mejorando así su propio lenguaje. El lenguaje de los medios es interactivo, enriquecido por el avance imparable y vertiginoso de la nueva tecnología, se hace imprescindible en el debate social y se convierte en inexcusable vehículo de cultura.

A non growing up language is a dead language. Media make oral language rich and adapt themselves to people changing circumstances in order to improve their own language. Media language, enriched by very rapid progress, is essential for social discussion being a perfect culture vehicle.

DESCRIPTORES/KEY WORDS

- Medios de comunicación, educación, lenguaje audiovisual, análisis mediático, cine, audiencia
- Media, education, audiovisual language, mediatic analysis, cinema, audience

«El concierto que acabáis de oír era de Wolfgang Amadeus Mozart. Y el silencio que le ha

seguido también era de Mozart» (Sacha Guitry).

Cuentan, lo cuenta Carrière (1997), guionista durante muchos años de Buñuel y de otros grandes del cine, de aquella mujer argelina que interpretaba el papel de anciana madre en una película para el cineasta Ahmed Rachedi. El personaje de la madre lo representaba una sencilla mujer del lugar que no era actriz. El actor que interpretaba al hijo debía ser muerto, siguiendo el guión, de varios disparos. Se le hicieron explotar en su cuerpo bolsas de sangre falsas, mediante un mando a distancia. El joven «murió» y otros actores recogieron su supuesto «cadáver». La mujer,

▲ Enrique Martínez-Salanova Sánchez
es pedagogo, tecnólogo de la educación y
vicepresidente del Grupo Comunicar
(emsalanova@terra.es).

que solamente hablaba, cabiló y lloró desconsoladamente. Ahmed Rachedi decidió al día siguiente volver a rodar la secuencia. Cuando al día siguiente le dijeron a la mujer que había que repetir, no creía lo que le intentaban explicar, pues no había visto al actor desde entonces y pensó que estaba realmente muerto. Cuando entendió la situación en su idioma se negó a repetir la escena alegando que a su edad era tarde para aprender a mentir. Sus lágrimas, la primera vez, habían sido de verdad.

Cada tiempo tiene sus propios lenguajes. Cuando hace años, a hijos y alumnos tuve que hacer referencias a la idea del paso del tiempo en el lenguaje, les puse ante una colección de Literatura Española, de las que tenemos en nuestras bibliotecas. De los cien tomos, les hice elegir uno del final, otro del principio y otros tres del centro. En el del final, al leerlo, entendían los textos. En el que sacaron al azar del principio, El Cantar del Mío Cid, por ejemplo, casi no entendían nada. Comparando entre ellos, y otros intermedios, vieron con claridad que el lenguaje había ido cambiando con el tiempo. Teniendo en cuenta que el lenguaje no es solamente las palabras, sino también la forma de narrar, los estilos, los argumentos, los contenidos, la métrica, etc. se puede entender que el lenguaje castellano ha ido cambiando. Todos los lenguajes tienen su propio sistema de retroalimentación que les convierte en procesos vivos. Si hiciéramos de igual modo con el cine, nosotros y nuestros descendientes, hijos y alumnos, entenderíamos mejor cómo ha evolucionado el lenguaje de los medios, cómo han influenciado los avatares mundiales, las ideologías, las diversas técnicas, los descubrimientos, las modas y seguramente intuiríamos que todo tiene mucho que cambiar.

1. El lenguaje vivo del cine

El lenguaje de la imagen también cambia. En el arte lo podemos ver con claridad. No tienen por qué ser más perfectas las últimas obras del siglo XXI que las primeras; simplemente son diferentes, porque las ideas, las ideologías, los estilos y las modas cuentan en el arte. El arte griego, renacido varias veces en nuestra civilización, era la perfección muchos siglos antes de un arte románico que parece realizado por niños. No es lo mismo la ornamentación que la idealización de la divinidad para el culto, la simple ostentación de belleza que la iconografía catequética medieval o que la búsqueda de nuevos caminos en los siglos XIX y XX. El arte es elemento comunicativo y la comunicación es el fundamento de la cultura de la especie humana. Hay que contar siempre con la evolución de las sociedades y sus formas de expresión, que corres-

ponden a cambios ideológicos y filosóficos, a movimientos políticos, a modas, a desastres naturales, a guerras o al paso del tiempo.

La fotografía dio paso al cine, al mismo tiempo que ayudó a la pintura y al dibujo. Los caballos de Velázquez hubieran sido otros de haberse conocido la fotografía. Los lenguajes de las artes, de la imagen, de la literatura, de los países, de los idiomas, de las nuevas tecnologías, se entremezclaron, se enriquecieron mutuamente, se complementaron y se inspiraron entre sí para dar lugar a productos artísticos más ricos, más integrados en la vida cotidiana, más accesibles a la mayoría.

Algunos puristas del cine —me encuentro con frecuencia con ellos— afirman que el mejor cine es el antiguo, que a partir del año tal —lo ponen ellos— ya no se ha hecho buen cine, que tal director —lo nombran ellos— inventó todo lo que se puede inventar sobre tal o cual faceta de la cinematografía. Son afirmaciones tan tajantes como divertidas, pero que hechas en foros públicos ante aprendices o aficionados en formación, dan la sensación de que el cine ya hubiera dado las últimas boqueadas, de que los jóvenes realizadores ya no pueden aportar más al cine o de que las nuevas tecnologías han «matado» las posibilidades creativas.

El cine, ciertamente, ha dado grandes realizadores e inventores, ha cambiado sus formas de expresión gracias a directores como Griffith, que aportó al cine infinidad de elementos, o como Orson Welles, o como tantos otros que han puesto su granito de arena en la expresión cinematográfica. El cine actual debe mucho a los «jóvenes», tan denostados en su tiempo, que dieron lugar al «neorrealismo» italiano o la «nouvelle vague» francesa, y a muchos más. Estamos viendo en la actualidad a realizadores jóvenes lograr productos de muy buena calidad, algunos ya son obras de arte. Debemos esperar aún a los que están por venir.

Si no aceptáramos la novedad, el riesgo, la tecnología, las ideologías de hoy, incluso la competencia de otras tecnologías y de otros espectáculos, estaríamos condenando al cine a ser lengua muerta y por lo tanto a enterrarlo en vida, a considerarlo «no arte», «no lenguaje». Las guerras mundiales hicieron cambiar profundamente el lenguaje cinematográfico; dada la carencia de medios económicos se inventaron otras formas de expresión, mucho más baratas pero no por ello menos creativas. Nacieron así, después de la segunda guerra mundial el neorrealismo y el realismo americano. Cuando el cine de Hollywood estaba en un lamentable declive, surgieron otras corrientes, el cine de autor, el cine con «firma», que es el resultado de las carencias económicas y del riesgo corrido por

los directores para realizar películas en las que ellos mismos aportaban ideología y formas de expresión. El cine se hizo así más libre.

La televisión obligó al cine norteamericano a superar sus productos, iniciando en primer lugar una carrera alucinante por las grandes superproducciones y finalizando por cambiar todos sus esquemas.

El vídeo cambió radicalmente el comercio de películas, la Disney, negada durante mucho tiempo a producir para vídeo, hoy día crea, filma y produce para el vídeo, cambiando igualmente sus esquemas expresivos al mismo tiempo que los comerciales.

2. Cambios vertiginosos en el vehículo de la cultura

El lenguaje se transforma –y transforma– constantemente en nuestras sociedades, ofreciendo a la especie humana abundantes recursos para sus investigaciones y para el intercambio cultural, haciendo evolucionar tanto los sistemas sociales, de interrelación, como los educativos y políticos. La visión actual del mundo y de la especie humana pugna con los propios valores, poniendo en solfa los conocimientos que se van acrecentando acerca de la propia realidad humana y de su incierto futuro. Los diferentes lenguajes son a la vez vehículo de cultura y producto cultural, por lo que se genera una dialéctica intrínseca a la sociedad, a la que la sociedad no puede ser ajena.

Los valores simbólicos del lenguaje llevan a la comprensión de los elementos menos tangibles de los cuerpos de costumbres. Los nuevos valores provocan inéditos planteamientos que la ética va considerando. Los ideales que guían la conducta y regulan los símbolos, las leyes, las convenciones y los sistemas comunicativos, se nutren de recientes descubrimientos mientras revelan la solidez y al mismo tiempo, dialécticamente, el cambio de algunas de las raíces más profundas de la cultura misma. Si el lenguaje es el «índice de la cultura» para los antiguos antropólogos, bien es verdad que son los símbolos los que nos autorizan a considerar el lenguaje como «vehículo de costumbres», en su sentido más amplio.

Durante los últimos años se ha producido un cambio vertiginoso en el lenguaje, producido sin duda por la inmediatez de los medios tecnológicos. Se hablan idiomas, se entremezclan signos, símbolos y sonidos, nos entendemos mediante códigos comunes a todos

los idiomas, mientras que en el mundo de la tecnología digital se perfila un idioma común en el que predominan los iconos, el inglés adaptado a cada lugar y los movimientos y sonidos de una era globalizada. Esta realidad nos proporciona percepciones diversas a las de las generaciones anteriores y nos obliga a pensar que las generaciones que vienen poseerán expresiones y modos de actuar ante el lenguaje muy distintos a los nuestros. Debemos aceptar esta realidad con el fin de que el sistema lingüístico siga siendo un cúmulo de procesos abiertos a los cambios culturales y tecnológicos que harán posible la supervivencia de la especie humana.

Si retrocedemos nada más que un tiempo relativamente corto en nuestra historia, nos encontramos que, si bien nuestra cultura ha conocido la escritura durante muchos siglos, los cambios no siempre fueron tan rápidos como los que vemos en los últimos diez años.

Tradicionalmente procedemos como si, en su velocidad, la evolución cultural fuera a la par de la biológica. Las decisiones sobre aspectos éticos las tomamos mirando hacia atrás, nunca hacia delante, cuando ya se habla de ética del «mínimo común», seguimos dando por sentado que la moral está tan anquilosada como pretendemos que lo esté el lenguaje.

3. El ojo humano

No podemos deslindar el lenguaje del ojo humano, enaltecido desde la antigüedad entre el resto de los sentidos, discriminando al tacto, al gusto y al olfato. Los primeros homínidos dependían de todos los

En el cine todo es ficción, por muy realista que sea. Todo en el cine hay que construirlo: se inventa, planifica y prepara. Para rodarlo se fingen multitud de situaciones, se utilizan infinidad de recursos económicos, artísticos, humanos y técnicos.

sentidos para su supervivencia y el lenguaje de los gestos hizo que el ojo fuera considerado primordial, trasmissible como cultura ya que pronto se pudo escribir o pintar en las paredes, y marcar después en piedra o en tablillas para la posteridad. Quedó así el símbolo escrito como principal vehículo de comunicación y también de poder. Es el ojo humano, en toda la iconografía, el que prevalece, incluso como símbolo religioso en Egipto, el ojo del faraón, o el de las naves griegas,

o el del dios bíblico que todo lo ve, al que nada se escapa, o el de la dignidad de la mirada humana, «se te puede mirar a los ojos». Lo que no se ve no existe, «ojos que no ven, corazón que no siente». Contra ello está gran parte del meollo del pensamiento filosófico, que cuestiona desde lo más profundo la primacía del ojo humano e intenta ver más allá, aplicando, analizando y creando mediante otras vías de percepción.

En el lenguaje cinematográfico también ha prevalecido el ojo humano, y la vista como sentido imprescindible, aportando al mundo la sensación de la sola imagen, aunque en movimiento, cuando en el cine hay música y sonidos, ambiente, sentimientos, historia... Un elemento gramatical imprescindible en el lenguaje cinematográfico es el plano detalle (invento comunicativo por excelencia), un primerísimo plano que en el rostro se centra en los ojos, más bien en la mirada, de la que capta sus matices, presentando al ojo humano en pantalla grande, tan grande como los velámenes de las naves griegas.

Un ojo que se me quedó clavado de por vida es el ojo sin vida de Janet Leigh en la película *Psicosis* (Hitchcock, 1960). Un plano detalle que se mantiene durante bastantes segundos para, en un alarde de per-

limita en gran medida sus capacidades perceptivas. Los de afuera, no pueden acceder a su mirada, y ellas ven con un injusto filtro la mirada de los demás. Es la comunicación humana destruida por una idea religioso-política integrista.

En la literatura del siglo XX queda una muestra, la de Orwell, que identifica al ojo que todo lo ve como el símbolo de la dictadura mundial, el «gran hermano» que domina porque conoce, al igual que el «Gran Hermano» de la tele, que contrata, intriga y esclaviza a sus súbditos, ya sean concursantes o teleadictos.

Sin embargo, el ojo humano, la percepción que la especie humana tiene de los hechos, no siempre es el mismo; los pueblos cambian, cambian formas de comportamiento, intereses, ideologías, posibilidades tecnológicas. Cada ojo humano de cada cultura diferente, exige productos culturales distintos.

4. La imagen virtual, el huevo y la gallina

A pesar de que se ha hecho común la expresión en los últimos años, ya utilizábamos desde antiguo la imagen virtual, «la que se forma aparentemente detrás de un espejo», según el Diccionario de la Real Academia Española. Ya existía la proyección fotográfica, el cine, el holograma, etc.

La imagen real tiende a desaparecer e inevitablemente, muchas realidades de hoy solamente tendrán su documento visual «virtual», en la fotografía, el holograma, el cine o la digitalización.

En una serie de TVE, de Chico Ibáñez Serrador, muy antigua, quiero recordar a al-

guien que tenía un huevo, o una gallina en un museo para que lo vieran los que habían destruido el planeta. Cuando los niños de ciudad, la mayoría son ahora «urbanitas», deben ver flores, los llevamos a los jardines de las ciudades, o a las reproducciones de plástico, o a las enciclopedias. De las flores enseñamos su figura, su imagen, como en los documentales de animales o de plantas, pero no su olor, ni su tamaño, ni su textura, ni su vida. En el cine prevalece la ficción, las reconstrucciones históricas, el pueblo falso, los decorados cinematográficos, de la misma forma que los museos recurren a hologramas, vídeos o realidad virtual cibernética. La realidad desaparece sin remisión y la enlatamos tanto para que sirva de espectáculo convertida en ficción, como para la posteridad, para que

El lenguaje del cine lo componen infinidad de elementos y de signos. Las imágenes, las palabras, la música, el color, los sonidos, los silencios y también la forma de mezclar las imágenes, la posición de los actores, y miles de ingredientes y de piezas que es imposible enumerar totalmente.

fección lingüística fundirse con el agua que sale por el desagüe de la bañera fundida a la sangre de ella. La vida se retira de los ojos de la protagonista al mismo tiempo que la sangre corre hacia la oscuridad del agujero.

Siempre me llamó la atención, en Marruecos, la mirada viva, profunda, vital y chispeante de las mujeres marroquíes. Al dejar al descubierto solamente sus ojos, los convierte en su única fuente comunicativa percibida desde el exterior. Los talibanes, en Afganistán, entendiendo esto, dan un giro de tuerca a la comunicación de la mujer, y cierran sus ojos permitiéndoles solamente que se asomen al mundo exterior a través de una despiadada rejilla, lo que les impide cualquier comunicación hacia fuera y por lo tanto

nuestros descendientes posean retazos «virtuales» de nuestra vida.

5. El lenguaje del cine

El cine, que es compendio y paradigma de comunicación, se expresa de múltiples y variadas maneras, constituyendo así el lenguaje cinematográfico. El lenguaje del cine, fundamentalmente, parte de cuatro elementos básicos: la selección de partes de realidad, los movimientos, el montaje y el sonido.

La selección que el cineasta realiza de partes de la realidad ya supone intencionalidad por su parte, producto de una previa codificación cognitiva de estímulos y situaciones. La utilización de movimientos entraña técnicas y expresiones visuales diferentes para cada situación del relato. El montaje es una nueva codificación que hace, como en el proceso cognitivo, en el que la realidad-ficción, quede estructurada, «montada», de una o de otra forma. Los sonidos aportan al lenguaje cinematográfico el ingrediente necesario para hacer más real, más inteligibles, más estéticos, más completos, al fin, los mensajes cinematográficos.

6. Ver sin mirar, oír sin escuchar. El lenguaje vertiginoso del vídeo-clip

La evolución del montaje cinematográfico ha sido radical. En pocos años ha ido elevando su ritmo hasta hacerse frenético, debido a los montajes publicitarios y sobre todo al vídeo clip. Los planos se suceden vertiginosamente, con inesperadas sacudidas y aceleraciones, golpes de zoom, apoyados en sonidos muy potentes, gritos, chillidos, más acordes con la velocidad que con el reposo de otros tiempos cinematográficos, destruyendo al parecer el relato equilibrado, y provocando tal vez el desconcierto y la búsqueda. Películas como *La Roca*, *Matrix*... superan en planos rápidos y montaje fulminante a todo lo visto hasta el momento. La idea es buscar lo subliminal, no dar tiempo al cerebro a participar conscientemente, procurar que los reflejos nerviosos actúen sin sentido. El cine participa, en cierto modo, del ritmo que impone la televisión, del ruido de las discotecas y de contenidos que siguen en muchos casos la estructura del manga japonés.

7. «Zapping»: escribimos nuestros propios guiones

«No perdamos el tiempo con tonterías», «basta de diálogos, pasemos a la acción», parece decirnos el mando a distancia cuando estamos ante el televisor. «Pasa a otra cosa, por si acaso en otra cadena...». La mano se nos convierte en instrumento endiablado de velocidad. Los guionistas de televisión escriben ya

pensando en el zapping, «peligro de zapping», con letra marginal para utilidad de directores, técnicos o montadores. Se comparte la responsabilidad de que el espectador, que tiene sus derechos, haga zapping porque pierde el interés o por buscar algo más duro, veloz o interesante. El espectador también posee su parcela de dominio en el lenguaje, exigiendo determinadas iconografías, códigos o contenidos. Escribimos mediante el zapping nuestros propios guiones, haciendo que el cerebro, en unos momentos, pase por todas las cadenas, consiga todos los argumentos y se divierta con todos los chistes. Pareciera que nuestro poderío exige ver en todo momento todo lo que hay en televisión, como si fuéramos a un banquete y tuviéramos que probar todos los platos. Cuando se pregunta por algún programa de televisión que nadie ve, todo el mundo lo ha visto. Mediante el zapping ha visto lo imprescindible. El zapping nos convierte en independientes de los medios y dependientes de nuestra propia estructura cognitiva. Al mismo tiempo que agiliza las neuronas y nos mantiene en forma, nos impide salir a otros lugares, a otros campos del pensamiento. Nos concentra en una sola pantalla con tal independencia de las cadenas que nos hace dependientes de la televisión en sí.

8. Cine y teatro

El teatro, uno de los espectáculos más antiguos, transmisor de cultura, símbolo de comunicación y de sentimientos desde los albores de la civilización, cedió gran parte de su puesto al cine. Hoy el teatro vuelve a estar presente, pero ha sido necesario un cambio en multitud de conceptos para poder competir con el llamado «séptimo arte». Son lenguajes diferentes, pero el cine ha logrado más que el teatro en su evolución. En el teatro no se logrará la realidad total, pues siempre vemos la actuación y el decorado. En el cine se ve todo como si fuese real, perdiéndose las diferencias entre lo real y falso. A pesar de que en el teatro hay trucos, como en el cine, son menos evidentes, ya que los actores se ven reales, carraspean, dudan, pueden tener una mala o buena tarde y al final de la función saludan al público. Es una ficción hecha ante el espectador, y por lo tanto se convierte en real. ¿Dónde hay más cercanía, riesgo o realidad que en el circo, siendo un espectáculo de falso oropel? El cine puede lograr la total realidad a pesar de que todo se fabrica con mentiras. Es la magia del cine. Los trucos, los engaños del cine, son necesarios para mostrar la realidad.

9. El cine y la tele

En la evolución del lenguaje, la televisión aporta ingredientes nuevos. Algunos de ellos parten de la

diferencia de entorno en la que se disfruta de ella. El cine necesita de salas oscuras, iluminadas solamente por la luz que proviene de la pantalla. En el cine nos encontramos entre desconocidos. La televisión la introducimos en el salón de nuestra casa, o en un bar, y pasa a ser un mueble más, del que estamos relativamente pendientes. Montamos a su alrededor un espectáculo para el que creamos nuestro propio entorno. Viendo la televisión se habla, se hacen comentarios, salimos y entramos, se hace zapping... La relación entre el medio y el espectador es diferente. Los elementos del lenguaje utilizados para captar al espectador son, por lo tanto, distintos.

La percepción de lo visto en el cine es más duradera, ya que se ve en circunstancias expresas, concretas, mientras que la televisión diluye las percepciones, confunde los códigos de acceso a la memoria y por lo tanto dificulta el recuerdo. En televisión vemos miles de programas, de películas, de argumentos y de anuncios. Se genera tan gran cantidad de información que todo llega a parecernos igual. Los recuerdos provocados por lo que se ve en televisión son difusos, es más difícil rescatarlos de la memoria, se confunden con la infinidad de impactos y estímulos visuales que se perciben durante la vida.

En televisión dominamos el medio. Apagar, encender, cambiar de canal, subir o bajar el sonido... El aparato lo hemos comprado nosotros y nos sentimos con más derechos ante él. Se convierte en un pequeño esclavo del que al mismo tiempo somos dependientes.

La televisión nos ha iniciado en el lenguaje digital. Vemos realidad virtual en los telediaros y en la información sobre el tiempo, en la transmisión vía satélite y en la vertiginosidad de las imágenes. En televisión, el lenguaje se hace más rápido, se acentúa la primacía de imágenes sobre textos y aporta una gran abundancia de primeros planos en detrimento de los planos generales. Son cambios que se pueden considerar cuantitativos en el lenguaje de la imagen.

En televisión, el tiempo cobra una dimensión diferente a la del cine. La tenemos a nuestro alcance, en nuestro entorno familiar, disponemos de ella durante toda la jornada, podemos salir a la casa de unos amigos y ver los mismos programas. Nuestra percepción de los espacios de referencia en relación con los contenidos televisivos no cambia. Nuestra realidad y nuestra ficción se producen en el mismo lugar, sin cortes aparentes. Llegan momentos en que no sabemos dónde estamos, al igual que en *Abre los ojos*, de Amenábar, o en *Matrix*, en el que la ficción y la realidad se convierten, virtualmente, en la misma realidad.

No estamos lejos de las dudas de los habitantes encadenados de la caverna de Platón.

10. El espectador es parte del lenguaje de los medios

Las limitaciones del lenguaje cinematográfico son evidentes. Para transmitir mensajes se deben tener en cuenta los elementos reales, la vida de los espectadores... En la película sobre la Semana Santa de Sevilla (1992), Manuel Gutiérrez Aragón filma espectacularmente varias procesiones, el ambiente visual, el sufrimiento y el arte. Al añadirle el sonido, el director descartó el sonido directo y apostó por una banda sonora magistral, interpretada por The London Philharmonic, con saetas cantadas por José de la Tomasa, y la banda de cornetas y tambores «Armas de la Macarena». ¡Bien, magistral! Pero no real. Si el director, que hizo una obra de arte, y posiblemente ello pretendía, hubiera querido dejar un documento «más real», debiera haber «hablado» con otras claves, otros encuadres, otras tomas, y sobre todo dejar, aunque hubiera sido parcialmente, el sonido directo, con su silencio lleno de murmullos, sus arrastres de pies, sus contenidas tosecillas y sus carraspeos. Hubiera sido mucho más complicado y posiblemente más caro, pero más real. Les pasó así a los que hicieron un documental sobre el tracoma ocular, explicando en unos grandes primeros planos cuál era la mosca transmisora. Los nativos argelinos a los que iba dirigida, no hicieron el menor caso, pues vieron tan grande la mosca a pantalla completa que pensaron que no era la suya. No reconocieron la realidad.

En el cine no existen los olores, los aromas. Aquello a lo que los cineastas denominan «atmósfera», se enriquecería si pudieran añadirse, a la imagen y al sonido, otros ingredientes que afectaran a los sentidos. Ciertamente se han hecho experiencias cinematográficas en las que había olores, movimientos de butacas, salpicaduras de agua, etc., para hacer sentir otras sensaciones; esas experiencias están limitadas a unas pocas salas en todo el mundo. La atmósfera, los cineastas deben crearla con medios ligados a la imagen y al sonido. No obstante, también hay mejores o peores logros. En la película *Missing*, de Costa Gavras, no solamente no huele a muerto, a pesar de tanto cadáver, sino que además los cadáveres son asépticos, ajenos, de plástico. Sin embargo en *La batalla de Argel* (Gino Pontecorvo, 1966), aunque tampoco huele a muerto, es difícil no implicarse en las violentas escenas de tortura, de represión en las que la atmósfera se recrea con mucha mayor dureza. No pretendo juzgar una película como mejor o peor que

otra. Simplemente afirmo que hay una intencionalidad diferente en cada caso, y por lo tanto una aplicación de lenguajes diversos. Probablemente en el caso de Costa Gavras, uno de los directores de cine que mejor han encarado el cine político, su intención era llamar la atención del público norteamericano hacia una realidad concreta, sin pasarse excesivamente en la dosis de crueldad. (El mismo Costa Gavras ha dirigido películas mucho más «fuertes», *La confesión* o *Z*). En la otra, el director, Gino Pontecorvo, desea dejar un duro documento para la posteridad, en la que los actores son en su mayoría los mismos protagonistas que sufrieron los hechos.

11. El cine es arte, espacio, tiempo y movimiento

En el cine todo es ficción, por muy realista que sea. Todo en el cine hay que construirlo: se inventa, planifica y prepara. Para rodarlo se fingen multitud de situaciones, se utilizan infinidad de recursos económicos, artísticos, humanos y técnicos. Finalmente se monta, se le aplica la música y los sonidos y se distribuye. Aunque lo escrito sea una simple y resumida narración de cómo se fabrica una película, es para señalar que como toda obra de arte necesita de signos de transmisión especiales, es decir, de lenguaje. De la misma forma que cuando se escribe una novela o se pinta un cuadro o se monta una obra de teatro o una ópera... Se parte de una idea, de un libreto, de parti-

turas... y se lleva a la práctica mediante técnicas muy complejas, diferentes pero similares en cada expresión artística. No es el arte de la improvisación, sino el de la planificación el que predomina en el cine. Por muy fluido, espontáneo, vertiginoso o lento, el cine está preparado, pensado. Es la mentira de la verdad. La ficción de la realidad. Siempre dirigido al espectador, último receptor de la obra de arte. De ahí el lenguaje, que debe ser construido como si de una sinfonía se tratara, en la que deben encajar todos los elementos, sin faltar uno solo, con el fin de transmitir a los espectadores las ideas.

Así como cuando hablamos con otras personas usamos nuestro propio lenguaje, que se compone de palabras en nuestro idioma, de gestos, y a veces de escritos, el cine tiene su propio lenguaje. El lenguaje del cine lo componen infinidad de elementos y de signos. Las imágenes, las palabras, la música, el color, los sonidos, los silencios y también la forma de mezclar las imágenes, la posición de los actores, y miles de ingredientes y de piezas que es imposible enumerar totalmente. Las imágenes componen así una nueva forma de contar las cosas, de hacer narraciones y de expresar mensajes. El cine es un instrumento de comunicación de masas porque llega a todo el mundo, y de comunicación social porque nos ayuda a conocer mejor nuestro entorno, y a vivir como si fueran propios los sentimientos y valores de otras personas.