

La comunicación audiovisual desde la perspectiva de la historia y de las ciencias sociales

Alicia Salvador Marañón

Cualquier centro de Enseñanza Secundaria.

Primera hora de la mañana. Primer día de clase. Comunicación audiovisual. Primer contacto: *¿Por qué has elegido esta asignatura? ¿Qué esperas de ella?* Casi tantas respuestas como alumnos: *me parecía más divertida que otras; quiero dedicarme al cine; se estudia menos que en otras; Voy a hacer Publicidad; quiero estudiar Imagen y Sonido; me parece interesante; no sé... Es natural.*

Sala de Profesores. Nadie lo dice abiertamente, pero de forma velada y leyendo entre líneas se percibe la impresión de algunos compañeros: *¡Qué comodidad...! ¡Apagar la luz y encender el televisor!* Alguno dice querer asistir "cuando rodeemos". Es explicable... pero menos.

Con anterioridad a ese día. *Abre de negro.* En cualquiera de los Despachos del Equipo Directivo. Se pide humildemente un televisor de pantalla grande (27 o

La aparición de la comunicación audiovisual como optativa del Bachillerato recoge –tardíamente– la necesidad de atender a un aspecto formativo sistemáticamente olvidado en nuestro país. Su aparición ha dado lugar a situaciones diversas, ya que, por su complejidad, ofrece diversas lecturas y enfoques que no permiten adjudicarla expresamente a ningún Departamento y que no hacen extraño que se la disputen varios, ofreciendo para ello razones y argumentos indiscutibles.

–mejor– 29). No hay presupuesto. Habrá que conformarse nuevamente este curso con uno de 23” –el mismo tamaño que el del cuarto de estar–. Lástima, porque desde la tercera fila no se ve; proscrito cualquier subtítulo, que ya en la segunda no se lee.

En ese mismo despacho –o en otro– tenemos noticia de que –¡otra vez!– el aula de audiovisuales queda convertida en aula de desdobles. Eso sí, al realizar el horario se tendrá en cuenta la prioridad para el uso del aula que tiene esta asignatura (¡menos mal!).

Mismo lugar –o parecido–, mismo día. ¿Podríamos conseguir que dos de las cuatro horas lectivas semanales quedaran en el horario seguidas en un día? Algunas materias experimentales pueden unir una hora teórica y una hora de laboratorio. Tratamos de justificar la petición –razones pedagógicas no faltan–. Al final utilizamos el argumento más obvio: cuando se trabaje sobre cine se podrá proyectar una película completa en una única sesión; no hablamos de estructuras narrativas porque son malos días y no hay tiempo. Se estudiará, pero se nos avanza que es difícil. Casi imposible. Sugerimos que si ese bloque de dos horas se colocara al comienzo o al final de la mañana tal vez sería posible... El tiempo confirmará que la petición es inviable. *Cierra en negro*. Todo mucho menos natural y bastante menos comprensible.

Enfoque. Flash-back. Leyendo el BOE. (¿Será posible?) ¿Habrá que infundir espíritu crítico y convertir a nuestros alumnos de primero de Bachillerato en guionistas, directores, productores, técnicos de sonido, montadores, al tiempo que relacionan las estructuras de poder, analizan las audiencias y elaboran mensajes audiovisuales? (Esto sí que era incomprendible! –y menos justificable–.)

Desenfoque. Vuelta al presente. No nos atrevemos a formular la pregunta esencial –y casi existencial– que llevamos dentro, porque los tiempos no están para muchas revoluciones: A) ¿*Qué hacer?*

* * *

El tono del *arranque* no debe confundir al lector: la frontera entre ficción y realidad a veces es difícil de determinar. La inclusión de nuestra materia en el *currículum* del Bachillerato parte de una necesidad y demanda social indudable e ineludible, pero que se revela como una respuesta de tipo formal no del todo acompañada de auténtica comprensión ni conocimiento, ni menos de atención, por parte de los estamentos educativos de más altas responsabilidades.

La aparición de la comunicación audiovisual como optativa del Bachillerato recoge –tardíamente– la necesidad de atender a un aspecto formativo sistemáticamente olvidado en nuestro país. Su aparición ha

dado lugar a situaciones diversas, ya que, por su complejidad, ofrece diversas lecturas y enfoques que no permiten adjudicarla expresamente a ningún Departamento y que no hacen extraño que, en muchos centros de Secundaria, se la disputen varios de ellos, ofreciendo para ello razones y argumentos indiscutibles. Por la misma razón, y en sentido inverso, esa complejidad y multidisciplinaridad de la materia explica que, sin embargo, buena parte del profesorado de los departamentos presuntamente relacionados trate de huir de ella asustado por la cantidad de elementos extraños a los contenidos tradicionalmente propios.

Efectivamente, los Departamentos de Lengua y Literatura argumentan, con razón, que se trata de una materia de *comunicación*, por lo que estiman que cae dentro de su campo. Emitir mensajes o aprender a desentrañar la construcción de sistemas narrativos no puede negarse que es consustancial a los contenidos que tradicionalmente se les han adscrito.

También los Departamentos de Plástica encuentran sobrados argumentos para reclamar su idoneidad sobre contenidos que tienen a la imagen como elemento esencial.

Sin negar ni ignorar la relación entre la materia y los Departamentos citados voy a defender y explicar la orientación de la materia desde la perspectiva de la Historia y las Ciencias Sociales a través no tanto de

la teoría sino de la experiencia docente propia.

Profesionalmente partimos de dos experiencias muy diferentes y desde perspectivas distintas, aunque relacionadas: como profesora de Historia siempre he tenido al cine –en ocasiones también a la televisión– como referente, y desde más de un punto de vista: cómo explicar Historia del siglo XX y no hablar del cine y de su papel, así como del de la radio y la televisión, pero también por qué no utilizar una dramatización para poder ofrecer la visión interrelacionada de todos los aspectos que de otro modo un alumno percibe como aislados (Salvador Marañón, A., 1997). Pero, además de su versátil utilización didáctica como recurso desde la docencia de la Historia he tenido otra relación docente más estrecha con el cine: desde final de los años 80 impartí una EATP en el BUP hoy extinguido dedicada al cine, en dos niveles –segundo y tercer curso–, en la que aquél se abordaba no ya como recurso, sino como objeto mismo, aunque sin perder una perspectiva histórica. Cabe decir que tal experiencia, una modesta optativa –una *maría* de dos horas en este caso–, resultó ser la más enriquecedora profesionalmente de una ya larga trayectoria docente, y aquella que satisfizo mejor la consecución de los objetivos formativos que siempre nos proponemos.

La primitiva e inicialmente intuitiva utilización del cine como recurso desde el comienzo de mi carrera docente me fue

llevando a un acercamiento teórico hacia su conocimiento, a través, primero, de la lectura de una abundante y diversa bibliografía que iba creciendo no sólo por el incremento de las publicaciones, sino porque un mayor conocimiento siempre nos abre la consciencia del tamaño y hondura de nuestra ignorancia. Al tiempo descubría perspectivas nuevas –el cine como fuente, por ejemplo– aplicables más a la investigación que a la docencia, pero que, evidentemente, forman parte de un *bagage* que impregna el hilo conductor de la configuración de la materia de la que estamos hablando.

Soy consciente de que el cine no es la comunicación audiovisual, pero es el eje sobre el que articulo buena parte de los contenidos que constituyen la materia. Y no sólo por haber sido mi particular punto de partida, sino por la absoluta convicción de que es la base más sólida desde la cual llegar a una formación más integral que permita trabajar la mayor parte de los contenidos.

La Administración como problema o la indeterminación del BOE

La complejidad de una materia como la comunicación audiovisual en el Bachillerato se percibe en el tratamiento que le ha sido dado por las autoridades educativas al configurarla, dando la apariencia de indeterminación, si no de falta de entendimiento

sobre todo lo que implica. La materia tiene por objeto explicar los fundamentos tecnológicos, analizar los elementos de lenguajes e interpretar los mensajes audiovisuales, de extraordinaria importancia en las sociedades contemporáneas, una de cuyas características es, precisamente, la comunicación audiovisual en la sociedad de masas.

Su diseño curricular, explicitado en el BOE de 19 de enero de 1993, presenta, a mi juicio, contradicciones profundas que parecen emanar del desconocimiento. La justificación y consiguiente orientación que se le dan en el apartado 1 (Introducción, pág. 2413/4 del citado BOE) no se ajusta a los Criterios de Evaluación que posteriormente se indican (pág. 2415/6 del mismo), cuatro de los cuales tienen un carácter eminentemente práctico y tecnológico, en contraste con la orientación introductoria, más atenta a los aspectos semiológicos y sociológicos que a los tecnoprácticos. Evidentemente que todos esos aspectos deben ser abordados en una materia que se denomina "comunicación audiovisual", y se deben trabajar los contenidos tanto desde el ángulo semiológico y sociológico como desde el técnico. Pero una cosa es *abordar* y *trabajar*, y otra dar un enfoque tal que determina la configuración de la materia. Y alguno de los criterios de evaluación expuestos, especialmente el 6, implica y *determina* ya, a mi entender, una orientación:

"Producir mensajes usando audiovisuales, ajustándose a un proceso de guionización y organización apropiado, pudiendo asumir distintos roles en la realización. Con este criterio se pueden evaluar las habilidades manipulativas, las capacidades de poner en práctica actitudes organizativas y la aplicación de conocimientos. Además permite valorar, sobre resultados concretos, la calidad, creatividad y originalidad del producto elaborado". (BOE 29-1-1993, pág. 2415).

Es decir, si en materia audiovisual, en cuanto a producción, se puede enseñar *"cómo se hace"*, se puede enseñar *"cómo se hace, y hacer algún ejercicio práctico"*, y se puede *"enseñar a hacer"*, ese criterio 6 fijado por el MEC, tal y como aparece expresado, lleva implícita esta tercera vía, que implica una orientación que pudiéramos denominar "tecnológico-práctica", en contradicción con la orientación semio-sociológica expresada por el mismo MEC en la parte introducción de la presentación de la asignatura.

Este enfoque implícito me parece no sólo irreal en la mayor parte de los casos –hacen falta medios–, sino también improcedente. La complejidad de un producto audiovisual, sea cual sea su naturaleza, implica unos conocimientos técnicos muy diversos que constituyen especialidades definidas. No podemos instruir en todas, y mucho menos coordinarlas todas, sin lo cual no podemos *producir mensajes usando audiovisuales* con el fin de *evaluar las habilidades*

manipulativas, las capacidades de poner en práctica actitudes organizativas y la aplicación de conocimientos, y mucho menos valorar, sobre resultados concretos, la calidad, creatividad y originalidad del producto elaborado. Naturalmente que al término del curso el alumno que supere la materia deberá conocer el papel y función de un director, productor, guionista o técnico de sonido, director de fotografía o montador, por citar alguno, y debería de ser capaz de valorar su actuación en obras a analizar, pero ello no nos tiene por qué abocar a *producir*, cuando tanto hay por aprender antes. Si bajo determinadas condiciones, buenos medios y alumnos muy particulares se pudiera realizar un ejercicio de producción, muy bien, pero no podemos convertirlo en un objetivo evaluable. De igual modo que una clase de Literatura o de Arte no puede tener como objetivo evaluable que los alumnos escriban novela o esculpan bajorrelieves, por más que si alguna vez pretenden hacerlo lo hagan provistos del enriquecimiento que supone haber tenido un conocimiento teórico, analítico y crítico de ello.

El Bachillerato es una etapa educativa con carácter, al tiempo, terminal y propedéutico, y así lo son sus materias. La comunicación audiovisual debe procurar una formación teórica sobre aspectos muy diversos y complejos que van desde el conocimiento, análisis y manejo de un lenguaje, la comprensión de la polisemia de los mensajes, la valoración estética del cine y de otros

medios, el poder de la imagen y lo que ello entraña, la complejidad tecnológica, la necesaria conjunción de elementos diversos, los grupos de poder, los problemas financieros, la capacidad de manipulación, la subjetividad de la mirada desde la que se nos ofrecen los mensajes, la relación entre Publicidad y Televisión –por tomar el medio en que aparece con mayor claridad–, la imagen como una *representación*, la falsa identificación entre imagen y realidad –incluyendo la propia ilusión del movimiento– y un larguísimo etcétera. Ello, creo, debe hoy constituir una parte de la

formación de un ciudadano, al tiempo que, naturalmente, abre puertas y sienta bases de formación y conocimiento de aquellos alumnos que en el futuro encaminen sus estudios hacia campos del audiovisual.

Un programa y una opción

El programa elaborado está dividido en 8 bloques conformados por diversos temas. Sin embargo, si bien se trabajan esos contenidos que agrupamos de forma “ilógica” no se hacen en esa forma secuencial:

INTRODUCCIÓN

La imagen como representación. La comunicación audiovisual y la sociedad de masas.

1) LA TECNOLOGÍA AUDIOVISUAL

1. *La imagen: fundamentos físicos y perceptivos. El registro de la imagen: formas y fundamentos tecnológicos.*
2. *La “imagen en movimiento”: la ilusión del movimiento. Los antecedentes del cine. El cine. El soporte filmico. Medios de reproducción. La televisión.*
3. *El registro del sonido. Cualidades del sonido. El fonógrafo y la radio.*
4. *La televisión y el vídeo. Fundamentos tecnológicos.*
5. *Las nuevas tecnologías.*

2) LOS LENGUAJES AUDIOVISUALES (I). ELEMENTOS MORFOLÓGICOS Y DE SINTAXIS

1. *La comunicación y sus elementos. Los códigos.*
2. *La imagen en la sociedad de masas. La caricatura en prensa en el s. XIX. El comic y sus códigos.*
3. *Morfología de la imagen filmica (I). Elementos para un análisis. Componentes de*

imagen y componentes sonoros. Códigos visuales. Iconicidad. Elementos y códigos fotográficos. El plano. Factores de clasificación y tipos de planos por su encuadre, movilidad de la cámara y su angulación. La iluminación. El color.

4. *Morfología de la imagen (II). Elementos y códigos gráficos. Elementos y códigos sonoros.*
5. *Los códigos sintácticos: el montaje. Tipos de montaje. Los signos de puntuación del montaje: cortinilla, iris, fundido, encadenado, barrido, raccord, corte.*
6. *El cine como sistema narrativo: La puesta en escena y la narración cinematográfica. El guión. Componentes de la puesta en escena. El proceso de la producción del film. Escenarios. Vestuario. Iluminación. Dirección de actores.*
7. *Utilización y función de los elementos del film en la narración cinematográfica: la interpretación de los códigos. La planificación, selección de encuadres, iluminación. Los montajes. Los signos de puntuación.*

3) LOS LENGUAJES AUDIOVISUALES (II): LA NARRACIÓN FÍLMICA. EL ORIGEN DE LAS CONVENCIONES NARRATIVAS. EL MRI COMO MODELO IMPUESTO POR LA INDUSTRIA. OTRAS FORMAS NARRATIVAS.

1. *El cine como arte y como industria. El contexto de sus orígenes: los avances tecnológicos de la 20 Revolución Industrial y el advenimiento de la sociedad de masas.*
2. *Dificultades y criterios para ordenar una Historia y una tipología del cine. Los géneros.*
3. *Los orígenes del cinematógrafo. Los grandes creadores del lenguaje cinematográfico. Hollywood: arte e industria. El cine y las vanguardias.*
4. *El cine sonoro: las dificultades técnicas. La transformación de la producción, realización y exhibición. Los grandes estudios y predominio del cine americano.*
5. *Años 30 a 50. Los grandes géneros del cine americano.*
6. *El Neorrealismo italiano.*
7. *Las nuevas experiencias de los 60.*
8. *El cine actual. La competencia de la televisión y la crisis de un modelo. La influencia de la televisión, la publicidad y el video en el cine actual. Los "otros cines".*

4) LOS LENGUAJES AUDIOVISUALES (III): LA TELEVISIÓN

1. *Los orígenes de la televisión. Programación. Diferido y directo. Televisión pública y televisión privada. Financiación. Publicidad y televisión. El control de las audiencias.*

2. *El relato en la sociedad de masas y las etapas tecnológicas: folletín por entregas, el serial radiofónico y la telenovela.*
3. *Informativos y documentales. La subjetividad del objetivo. Control y manipulación.*
4. *Los concursos y los reality-shows.*

5) LOS LENGUAJES AUDIOVISUALES (IV): LA PUBLICIDAD

1. *La publicidad. Los soportes publicitarios: trayectoria histórica y panorama de la actualidad. Las técnicas. Publicidad subliminal.*
2. *Los medios de comunicación como transmisores de sistemas de vida y de mensajes publicitarios encubiertos. Publicidad y programación televisiva.*

6) LA COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL

1. *La comunicación. Elementos de la comunicación. Mensajes icónicos y comunicación audiovisual. La comunicación mediada. La mirada del espectador.*
2. *La sociedad mediática. Desarrollo tecnológico y comunicación: del "hombre tipográfico" a la "aldea global" y "sociedad informatizada". Los mass-media.*
3. *La cultura de masas. El consumo de los mensajes audiovisuales, y sus efectos sociales y sociológicos. El feed-back ¿realidad o ficción?*

7) TECNOLOGÍAS AUDIOVISUALES Y REALIDAD

1. *La comunicación: la construcción y la recepción de los mensajes audiovisuales. La ficción de lo aparentemente "real" o la representación de la realidad.*
2. *Medios de comunicación y grupos de poder. La configuración de la opinión. El control de los medios de comunicación en los regímenes dictatoriales. La configuración de la opinión a través de los medios de comunicación en los sistemas democráticos. La importancia del control tecnológico: control tecnológico y poder.*
3. *El control de los medios de comunicación en el orden internacional. Las multinacionales de la comunicación audiovisual. Colonialismo cultural. Colonialismo y control de la información.*

8) LOS NUEVOS DESARROLLOS TECNOLÓGICOS

Las nuevas tecnologías. Los nuevos horizontes de la información, comunicación y transmisión. Interactividad.

Esos contenidos se traducen, en su aspecto más elemental, en el correcto manejo y

comprensión de una terminología específica:

<i>Aculturación</i>	<i>Holograma</i>	<i>Profundidad de campo</i>
<i>Angulación de cámara</i>	<i>Iconicidad</i>	<i>Propaganda</i>
<i>Audiencia</i>	<i>Imagen</i>	<i>Publicidad</i>
<i>Barrido</i>	<i>Inserto</i>	<i>Puesta en escena</i>
<i>Cabecera de televisión</i>	<i>Interactividad</i>	<i>Raccord</i>
<i>Cámara</i>	<i>Magnetoscopio</i>	<i>Reality show</i>
<i>Campo / fuera de campo</i>	<i>Mass media</i>	<i>Receptor</i>
<i>Cartel</i>	<i>Mensaje</i>	<i>Regidor</i>
<i>Celuloide</i>	<i>Montaje</i>	<i>Registro</i>
<i>Claroscuro</i>	<i>Montaje por continuidad</i>	<i>Ruido</i>
<i>Código</i>	<i>Montaje paralelo</i>	<i>Saturación</i>
<i>Comunicación inadvertida</i>	<i>Montaje por atracciones</i>	<i>Script</i>
<i>Colonialismo cultural</i>	<i>Movimientos de cámara</i>	<i>Secuencia</i>
<i>Color</i>	<i>(MRI) Modo de Representación Institucional</i>	<i>Semiótica</i>
<i>Concurso</i>		<i>Serial</i>
<i>Corte</i>	<i>Panorámica</i>	<i>Share</i>
<i>Cuota de pantalla</i>	<i>Picado / contrapicado</i>	<i>Sinestesia</i>
<i>Desenfoque</i>	<i>Pictograma</i>	<i>Software</i>
<i>Diegético / no diegético</i>	<i>Pie de foto</i>	<i>Sonido directo</i>
<i>Diferido</i>	<i>Pantalla</i>	<i>Sonido off</i>
<i>Directo</i>	<i>Parrilla</i>	<i>Sonorización</i>
<i>Distribución</i>	<i>Plano</i>	<i>Soprote</i>
<i>Doblaje</i>	<i>P. general</i>	<i>Signo</i>
<i>Elipsis</i>	<i>P. medio</i>	<i>Sinopsis</i>
<i>Emisor</i>	<i>P. americano</i>	<i>Spot</i>
<i>Encadenado</i>	<i>Primer plano</i>	<i>Star-system</i>
<i>Encuadre</i>	<i>Plano detalle</i>	<i>Story-board</i>
<i>Eslogan</i>	<i>Plano cenital</i>	<i>Studio-system</i>
<i>Exhibición</i>	<i>Plano secuencia</i>	<i>Subliminal</i>
<i>Feed-back</i>	<i>Plano subjetivo</i>	<i>Títulos de crédito</i>
<i>Flash-back</i>	<i>Productor</i>	<i>Toma</i>
<i>Formato</i>	<i>Polisemia</i>	<i>Travelling</i>
<i>Fundido</i>	<i>Postproducción</i>	<i>Zapping</i>
<i>Guión</i>	<i>Prime-time</i>	

Ese programa teórico presentado se cumple, aun cuando en función de las incidencias del curso y características del grupo sufra ligeras alteraciones, no mayores que las de cualquier otra asignatura. Sin embargo su ordenamiento secuencial, temporalización y metodología aparentemente –sólo aparentemente– no parecen tenerlo en cuenta, y sólo al final de curso los alumnos pueden observar que esos contenidos de un programa que se les presentó a comienzo de curso han cobrado forma y se han materializado en el conocimiento y manejo de ese vocabulario citado, así como en un hábito de análisis.

Partimos de unas mínimas pinceladas sobre sensación y percepción como punto de arranque, y de una contextualización histórica del desarrollo de la prensa escrita en relación con el crecimiento urbano y el derecho de voto, del origen de cine, y de los posteriores medios en el seno de una tecnología y materiales desarrollados con la Segunda Revolución Industrial y la naciente sociedad de masa. Todo ello muy breve –tres o cuatro clases– sólo para marcar dos de las grandes coordenadas sobre las que vamos a construir el trabajo y en las que se enmarcarán en el futuro los contenidos: la producción audiovisual como una *representación* cuyas claves hay que saber descodificar, y la *contextualización* de cualquier producción o mensaje audiovisual como hábito a adquirir e incorporar –en lo posible– al acto de contemplarlos.

El cine como eje

Se ha elegido el cine como el elemento vertebrador de la materia y eje sobre el que vamos construyendo del trabajo y aprendizaje de unos contenidos que van más allá de este medio. En realidad, en las directrices oficiales el cine sólo parece constituir un pequeño apartado en el programa. Incluso da la impresión de ser considerado regresivo incidir en él y no dedicarse completamente desde el comienzo a otros medios y tecnologías, como si implicara desconocer la importancia de la televisión o de Internet, cuyo peso es hoy muy superior al del cine, que, entre otras cosas, ha perdido ya el papel de ser casi el único entretenimiento colectivo asequible y casi única fuente de información audiovisual que en otro tiempo tuvo. Recientemente escuchábamos en un acto público al profesor Sánchez-Biosca¹ considerarlo como el latín del audiovisual, en un sentido positivo y encomiástico, cuyo conocimiento es básico y esencial para la formación y el aprendizaje. Desde luego comparto ese punto de vista, y entiendo que vertebrar buena parte de los contenidos teniendo al cine como núcleo germinal satisface la necesidad de conocer una actividad no sólo considerada como el arte del siglo XX, sino de una complejidad tal que la hace absolutamente representativa del mismo.

La sociedad contemporánea no puede ser madura si sus ciudadanos no están

1. Vicente Sánchez-Biosca. Septiembre de 2002 en la Universidad Autónoma de Madrid

suficiente formados en la lectura de la imagen y en la interpretación de los mensajes de la comunicación audiovisual, única forma de conseguir en nuestro tiempo ciudadanos no pasivos. El cine permite la educación en la imagen en un sentido que trasciende al propio medio cinematográfico, hasta llevarnos a incluso al medio televisivo, de implicaciones complejas y distintas, pero incorporando y partiendo de ingredientes más ricos en el mero lenguaje audiovisual.

En nuestro país la inclusión de la imagen en la enseñanza es tan reciente que parece una gran novedad, y trata de centrarse sólo en sus aspectos más próximos, con una vinculación clara al ámbito de lo tecnológico. Pero ya en los años 20 a Bela Balázs [1923] le resultaba inexplicable que el cine y su lenguaje no fueran estudiados en la Universidad y en las enseñanzas medias.

Se insiste en que no se están obviando los medios de comunicación audiovisual que constituyen rasgos de identidad de las sociedades contemporáneas, al tiempo que instrumentos de control, de poder y de *globalización*, ni se pretende sustituir unos contenidos fijados oficialmente (BOE de 29 de enero de 1993) por otros, sino utilizar el cine como vehículo para trabajar algunos de ellos, pretendiendo cimentar una base sólida sobre la que después se edifique la extensión de esos conocimientos a otros

medios y formas de comunicación audiovisual. La importancia de esa formación cinematográfica viene avalada por el criterio no solo de los expertos en cine, sino por especialistas en otros medios y en las últimas tecnologías:

“La especialización de los que hacen imágenes por ordenador tiene una analogía casi perfecta en lo que se vive a la hora de escribir, diseñar la producción, fotografiar, montar y revelar una película de cine. Producir imágenes por ordenador [...] es como hacer películas en pequeño. El *background* deseable de un técnico infografista es sin duda la informática, pero tanto mejor si también conoce el cine, aunque sea como aficionado.”

XAVIER BERENGUER²

Dedicamos, pues, casi dos trimestres a trabajar sobre el cine bajo todos sus aspectos, y algo más de un trimestre a publicidad y televisión, así como a dar una visión global de este mundo audiovisual en el que vivimos, para terminar dando una visión ordenada de esos contenidos programados trabajados recurrentemente desde el principio y en aparente desorden. Dos coordenadas: el cine como sistema, de la que se deriva un modelo de análisis *contextual* similar al utilizado en los análisis de los documentos históricos, y el cine como *representación*, de la que se deriva el análisis del lenguaje y sistemas narrativos del mismo.

2. En: AGUILERA / VIVAR (1990, p. 30).

El cine como sistema

Metodológicamente partimos de un mapa conceptual en el que el cine aparece como un sistema que integra cuatro elementos relacionados dinámicamente: arte, tecnología, industria y producto de masas. Ninguno de ellos puede ser obviado, pues cada uno es insuficiente e insatisfactorio si lo tomamos como exclusivo hilo conductor; se combinan en continua tensión y constante interacción: cada uno de ellos incide en los restantes. El cine es la aplicación de unos elementos tecnológicos, es una expresión estética, una actividad económica, y es también –ha sido, al menos– un espectáculo de masas. Es esencial comprender esa interrelación dinámica de tan diversos elementos, complejos por sí mismos cada uno de ellos, y reiterarla constantemente al ir avanzando en programa y contenidos. No sólo no puede ser comprendido el cine sin ello, sino que, aunque otros medios tienen diferentes componentes y este sistema no puede transponerse, como mecanismo y hábito de análisis, debidamente adaptado, es válido.

Un análisis contextual

Cabe hacernos una reflexión previamente, y recordar que el primer acercamiento historiográfico al cine se articulaba sobre la idea del cine como Arte. La Historia Estética del cine –la única durante mucho tiempo– nace cuando se pretendió legitimar

al cine, tenido inicialmente por las élites como espectáculo indigno de figurar en las “historias cultas”; desde su nacimiento se le han venido aplicando los modelos historiográficos tradicionales importados de la Historia de la Literatura y la Historia del Arte, generalmente apoyados en el estudio de los grandes autores y de la obras maestras, modelos más o menos discutibles, pero radicalmente insuficientes e inviables si se transplantan al cine. La autoría puede ser un criterio vertebrador en la Literatura y las Artes Plásticas, cuyas producciones son hechos individuales, pero ¿quién es el autor de una película? ¿lo es sólo el director? ¿el director y el guionista? ¿no juegan ningún papel el decorador, los actores, etc.? ¿Y el productor? Pero si la autoría presenta dificultades para vertebrar una historia estética de lo que es, por definición, obra colectiva de equipo, tampoco cabe trasplantar el criterio basado en el estudio de las obras maestras, criterio que en manifestaciones artísticas tradicionalmente minoritarias puede ser válido, pero ¿cómo aplicarlo al cine? Quedaría fuera la mayor parte de él –el cine comercial– en contradicción con el carácter de espectáculo de masas con el que nació.

¿Cabría una aproximación económica del cine, su Historia Económica? El cine es un negocio que ha movido muchísimo dinero, que precisa una infraestructura industrial y financiera y una inversión *previa* costosa sin la cual no puede haber producción,

por no hablar de la distribución y exhibición, cuestiones desde luego a tener en cuenta³. Ahora bien, la producción industrial del cine no se entiende, precisamente en términos económicos, si no hay una demanda, es decir, un público, enlazándose así con la relación Cine / Sociedad.

La dimensión social del cine se presenta bajo la doble perspectiva de la demanda entendida como consumo –dimensión económica– y como público –dimensión sociocultural–. En el cine comercial, es decir, la mayoría del que se ha producido y se produce, una película ha de pretender, en términos económicos, tener mucha demanda, es decir, mucho público, y deberá por tanto acercarse al gusto popular. Esta aparente obviedad encierra algo esencial: si estudiáramos las películas bajo ese prisma nos estaríamos acercando en realidad al estudio no sólo del cine, sino de la sociedad que lo contempla. Las películas pueden considerarse productos industriales en función de quienes las producen, pero como éstos buscan el éxito económico entre quienes las consumen, y la producción ha de aproximarse por diferentes vías a la demanda, tratarán de reflejar el gusto popular, o deberían de hacerlo. Y en esa medida, precisamente, pueden ser consideradas como productos socio-culturales. Este campo tan abierto lleva a algunos histo-

riadores a considerar que el cine debe integrarse en la Historia Social general como una de las fuentes de la misma y en los estudios culturales.

Esta larga reflexión historiográfica no puede ser literalmente transmitida a unos alumnos de primero de Bachillerato, pero la tenemos *in mente* y, cuando menos, transmitimos la noción de interdependencia de esas cuatro perspectivas, de esos cuatro elementos que, decíamos componen el cine, con el fin de que comprendan su complejidad así como la pertinencia del modelo de análisis que vamos a aplicar.

Jarvie [1974] proponía un modelo de análisis sociológico del cine en el que planteaba interrogarse acerca de *quién hace* las películas, *quién las ve* y *qué se ve* en ellas, modelo que puede adaptarse y aplicarse desde cualquier otro tipo de estudio social del cine, aun cuando en el marco en el que nos encontramos –estudiantes de primero de Bachillerato– apenas traspasemos la frontera de la primera pregunta.

La primera cuestión a analizar –*quién produce qué y para quién*– sería, pues, el contexto de la producción, tanto en un sentido económico –elementos materiales y financieros de la producción industrial–, como de la *mirada*, el punto de vista,

3. ¿Cómo explicar el peso actual del cine norteamericano en el mundo sin conocer siquiera sea someramente y en esquema algunos de los mecanismos de la distribución?

desde el que se produce, es decir, la perspectiva ideológica o mental⁴ o posible intencionalidad (instituciones, grupos políticos, minorías, etc.). Cabe analizar, naturalmente, el marco institucional en el que se inscribe el cine de la época: la existencia o no de sistemas de censura y cómo afectaron a la producción de la película, sistemas de apoyo institucional, etc. Y, finalmente, el marco histórico general de ese contexto de producción.

Esta primera y compleja cuestión es la que tiene viabilidad de tratamiento en el marco del aula. La segunda y tercera son cuestiones o conjuntos de ellas propios de investigaciones históricas o sociológicas...

La segunda gran pregunta –*quiénes las ven*–, se refiere al contexto y características de la recepción, al público para el que supuestamente fueron hechas las películas. Se trata, pues, del contexto del consumo, utilizando la palabra tanto en términos de “mercado” como de público: habría que analizar al público cuantitativamente, pero sobre todo, lo que es más difícil, cualitativamente⁵. Naturalmente, este elemento no puede verse aislado del anterior ni tampoco del propio producto cinematográfico. Y cabría además preguntarse no sólo por

quiénes las ven, sino *qué* ven, es decir, qué diferentes lecturas son hechas, qué cosas son vistas y cuáles no, y por quienes, lo que nos aproximaría a la percepción de las mentalidades. Como el “gusto” condiciona la demanda y ésta estimula al productor, ha de condicionar asimismo al producto –la película–, entrando en relación con el imaginario colectivo. Por tanto, el análisis intensivo del consumo cinematográfico nos pondría en situación de poder aproximarnos al imaginario colectivo de la sociedad en la que se ha pensado al realizar el producto filmico.

Finalmente llegamos al producto, a las películas como lugar de encuentro entre producción y consumo. Pero las películas deben ser leídas y analizadas, desde una perspectiva histórica, como productos a un tiempo industriales –que buscan demanda– y socio-culturales –qué elementos referenciales utilizan para acercarse a ese público–. Dentro de esa doble perspectiva, haremos el análisis textual –tipo de imágenes utilizadas, sonidos, modelo narrativo: es decir la otra coordenada de la que hablaremos en seguida–, que a la luz de la interpretación de la semiótica, del psicoanálisis o de la sociología podría ayudarnos a comprender la mentalidad colectiva de

4. ¿Desde qué punto de vista se nos narra la película?, ¿hay una intención de mantener, de quebrar o de subvertir un modelo social dominante?, ¿se afianzan los valores dominantes?, ¿parece haber intención de denuncia o de justificación? ¿Parece estar legitimándose un cambio? ¿Se denuncia una realidad social? ¿Se percibe algún tipo de compromiso? Si hay un amplio espectro de grupos en tensión ¿desde qué mirada se nos cuenta la narración?

5. Sería interesante saber si determinadas películas son preferidas por hombres o por mujeres, o indistintamente por hombres y mujeres, las clases sociales, niveles culturales de quienes las ven, si por el contrario son interclasistas, etc.

aquellos sectores sociales en los que se pensaba como público al hacer la película⁶.

Las películas y su sociedad: cine en contexto

Esa triple perspectiva de análisis y su relación dinámica dotaría a los investigadores sociales de un instrumento de análisis social para la comprensión de algunos mecanismos socioculturales de la sociedad a la que pertenecen, al congelarla y fijarla en su tiempo concreto, permitiendo un análisis sincrónico y global de esa sociedad, y que, vista en distancia, también permitiría al historiador percibir la diacronía entre esa sociedad y nosotros, lo que permanece y lo que ha cambiado⁷. Evidentemente no estamos ante historiadores ni sociólogos, sino ante alumnos de enseñanza secundaria, y estas reflexiones, matizadas, sólo pretenden transmitir lo que subyace por debajo de los modelos de análisis, modelos que cuando pasemos a aplicarlos a la publicidad y la televisión adquirirán una comprensibilidad mayor.

Y llegado a este punto ¿qué nos muestra el cine de la sociedad en la que se desarrolla? Para Casetti [1994, p. 327 y ss] es la caja de resonancia de los cambios, a la vez que contribuye a ellos. El cine es una *imagen*, una *representación*, con lo que ello implica de proceso de construcción de la misma (subjetividad). Pero esa imagen ¿es un espejo que muestra la sociedad o un agente que incide sobre ella? Y si es un espejo ¿qué refleja? ¿lo que la sociedad es o aquello con lo que sueña o aspira a ser? Esta doble tensión reflejo/agente, realidad/sueño da lugar a cuatro funciones posibles, que siempre se entrecruzan y rara vez aparecen en estado puro:

El cine *como reflejo* de la sociedad es la primera de esas funciones. El cine, como posible reflejo de la sociedad, es considerado como un testigo, un espejo en el que se reflejan los objetos, las gentes, gestos, hábitos, aspiraciones, creencias, valores o sentires; es un testigo si la sociedad representada se ve reflejada –en positivo o en negativo– y se identifica. Puede reflejar el mundo material –objetos, ciudades, etc.–, pero también puede reflejar problemas, y

6. Un análisis intertextual -referencias culturales, cine, música, iconografía, personajes de referencia, figuras literarias, etc.- daría la medida de un imaginario supuestamente común entre quienes producen el film y quienes lo consumen, y en esa medida nos hablarían del imaginario colectivo: "...el cine -en cualquier país-, durante el siglo veinte, ha jugado un importante papel en la configuración de nuestro imaginario: de la forma que tenemos de imaginar el mundo y nuestro lugar en él. El cine -todo cine- es el objeto cultural par excellence que amamos hasta odiar" (Elsaesser, 1997: p. 18).

7. "...toda cinta queda inserta en la encrucijada de su espacio, de su tiempo, y ello hasta el punto de que si existe una voluntad concreta y consciente de escapar o de ir en contra del punto de cruce, la obra resultante será a modo de una variante, un enmascaramiento o una visión "en negativo" de la posibilidad en la que se halla inserta" (Porter I Moix, M. *El cine como material para la enseñanza de la Historia* [En: Romaguera / Riambau, 1983: p. 54]).

comportamientos⁸, pues en un cine comercial, que obviamente busca consumo, sólo puede representarse lo que puede ser reconocido –aquello que es visible o representable⁹–, ya que no se puede reconocer lo que se desconoce –lo no representable–.

En segundo lugar, el cine *como proyección*: a veces se refleja un negativo de lo anterior, ofreciendo al espectador lo que no es más que la proyección de sueños, deseos y frustraciones¹⁰. Esa “fábrica de sueños” permite el análisis social a través de sus fabulaciones, que pueden ser interpretadas a la luz de la semiótica y del psicoanálisis, como ya se ha hecho estudiando los cuentos populares.

El cine puede reproducir estereotipos, pero también puede crearlos. Tiene capacidad de intervención en los procesos sociales, reforzando o quebrando convicciones extendidas. Ese papel *agente* del cine que le confiere la poderosa fuerza de la imagen siempre fue comprendido

por el poder, que muy pronto estableció en casi todas partes unos mecanismos de censura, que son, cuando existen, mucho más rígidos que en otros medios considerados más minoritarios y de menor impacto –la Literatura, por ejemplo.

Finalmente el cine, como ya queda dicho, representa a la sociedad; cabe, pues, estudiar qué imágenes se emplean para construir esa *representación* y cómo se utilizan. La noción de *representación*, la subjetividad de la mirada, tanto en sentido amplio –la mirada desde la cual se nos narra una historia o se nos transmite un hecho o noticia– como en un sentido más concreto e inmediato –un sujeto siempre mira por el objetivo de una cámara, de modo que, en el mejor de los casos no sólo no vemos *la realidad*, sino un fragmento seleccionado de ella– son complejas y no se adquieren de golpe. Es preciso relacionar el texto y el intertexto, es decir, las películas y los referentes culturales procedentes de otros medios o del propio cine.

8. Algunas películas británicas de los noventa reflejan los efectos de las transformaciones económicas y las reconversiones industriales (*Riff raff* o *Lloviendo piedras*, de Ken Loach, o *Brassed off* (Mark Herman) o *Full Monty*, etc., por ejemplo), o actualmente la española *Los lunes al sol*. Reflejan los efectos sociales de la política económica y de las reconversiones industriales -paro, desmantelación del tejido industrial, la erosión de los suburbios, etc; Pero aún más, muestran unas nuevas sensibilidades y formas de comportamiento.

9. Esas películas británicas citadas de los años 90 u otras -como la francesa *La crise* (Serrau)- permiten percibir, además, la crisis del modelo patriarcal y del *rol* tradicionalmente masculino, la nueva sensibilidad masculina. La crisis de identidad masculina derivada de las nuevas situaciones de los roles masculino y femenino, ¿hubiera sido representable en el cine en los años 30, por ejemplo? ¿Hubiera sido inteligible –“visto”– por aquella sociedad que todavía no tenía planteado ese cuestionamiento, al menos en los términos actuales?

10. La protagonista de *The purple rose of Cairo* (Woody Allen), una mujer de vida anodina y tremendamente infeliz, va sistemáticamente al cine porque quiere soñar con los personajes de ficción que le muestran un mundo que nada tiene que ver con el suyo.

La larga reflexión previa sobre la coordenada *contextual*, naturalmente adaptada elemental y sucintamente, se plantea a los alumnos en una primera clase teórica inicial sobre el mapa conceptual de que se hablaba. Pero será reflexión recurrente que continuará haciendo sistemáticamente, cada vez más amplia, al menos en sus aspectos asumibles por nuestros alumnos, a lo largo del curso y, esquemática y esencialmente en los aspectos que se han ido señalando, configurará el modelo de análisis contextual que, naturalmente, va más allá del cine, y se aplicará también con las pertinentes adaptaciones a otros medios, esencialmente a la publicidad y la televisión.

Lenguaje y sistemas narrativos

La otra coordenada de que hablábamos era el *lenguaje*.

Una vez apuntada someramente la coordenada contextual, como punto de partida inicial se da a los alumnos unos sencillos apuntes ya configurados sobre los elementos formales de imagen y sonido, material del que podrán disponer siempre, así como una, inicialmente muy breve, noción sobre el montaje, con una somera y elemental explicación, para pasar inmediatamente a explicar el mayor número posible de conceptos sobre una secuencia cinematográfica. Yo he elegido como secuencias base para la primera aproximación al lenguaje el

comienzo de *El vampiro de Dusseldorf* (M. F. Lang, 1931) –podría ser otra–. Esos seis minutos seleccionados vienen “a durar” unos tres días: con ellas podemos trabajar conceptos como el plano, los tipos de plano, angulación de cámara, iluminación, encuadre, salto de eje, etc., pero también otros más complejos como montaje en paralelo, sonido y textos diegéticos o no diegéticos, elipsis, *raccord*, fuera de campo y un largo etcétera. Pero no sólo los conceptos, sino cómo los elementos se combinan o distribuyen para transmitir, *representar* en definitiva, sensaciones e ideas.

La noción de *representación*, la subjetividad de la mirada, tanto en sentido amplio –la mirada desde la cual se nos narra una historia o se nos transmite un hecho o noticia– como en un sentido más concreto e inmediato –un sujeto siempre mira por el objetivo de una cámara, de modo que, en el mejor de los casos no sólo no vemos *la realidad*, sino un fragmento seleccionado de ella– son complejas y no se adquieren de golpe, pero ya las trabajamos desde esta primera selección de *M*.

La primera secuencia de *La ventana indiscreta* (*Rear window*. A. Hitchcock 1954) nos permite incidir en los conceptos, sobre todo en el de los encuadres –un escenario *teatral* precisamente para una cámara que constantemente secciona, elige y *mira*–, pero también permite contemplar cómo se puede transmitir información –lugar, época y época del año, situación, profesión,

circunstancias sin ninguna voz en *off*: imágenes y sonidos y textos diegéticos. Asimismo anticipamos someramente la estructura *standard* de la narración cinematográfica según el Modo de Representación Institucional. Esta primera secuencia –y recordamos los seis minutos trabajados de *M*– permite comprender la “representación”.

Trabajamos otras dos secuencias más: el plano-secuencia con que arranca *Sed de mal* (*Touch of evil*. O. Wells, 1958), de gran complejidad técnica que es asimismo la presentación de la película, dando la primera información al espectador acerca de los personajes y situación de la que se parte. De *Y el mundo marcha* (*The crowd*, King Vidor, 1928) seleccionamos la llegada del protagonista a Nueva York, con la ambición y la esperanza pintadas en el rostro –¡será un gran hombre!– en contraste con la anodina situación de un número en la masa que le espera –la cámara “trepa”– por la pared de un impresionante edificio, se introduce por una ventana y adentra en una inmensa sala en la que cientos de mesas –casi pupitres– acogen a otros tantos individuos anónimos, hasta llegar a la de nuestro protagonista, que, como todas, tiene un número por identificación. No sólo se nos ha transmitido información: también ideas y sensaciones.

* * *

Básicamente hemos planteado ya, en las dos primeras semanas, las dos coordenadas

que impregnan al programa, y hemos dotado de los contenidos instrumentales –modelos de análisis– al tiempo que de contenidos conceptuales que irán creciendo en profundidad y significado a medida que se vayan aplicando y complicando en el desarrollo del programa. A las perspectivas socio-histórica y lingüístico-narrativa, y en relación con ambas, se irá añadiendo una tercera, la estética.

El desarrollo del programa

Con un modelo de análisis *contextual* derivado de un mapa conceptual acerca del cine y unos conceptos básicos sobre la imagen, el sonido, montaje y narración, esenciales para un análisis *textual*, pasamos a trabajar de una manera más “ordenada” los contenidos de los bloques 3, 4 y 5, ocupando el cine casi dos trimestres, y un trimestre largo la Publicidad y la Televisión. Pero a lo largo de ello habrá un tratamiento constante del bloque 2, cuyos contenidos y conceptos se irán complicando, así como su tratamiento: el concepto de *montaje*, por ejemplo, se explica desde las secuencias de *M*, pero naturalmente no sólo se irá reiterando, sino haciéndose más complejo. Asimismo se irán desgranando en el tratamiento de estos bloques cuestiones y contenidos de los bloques 6 y 7, que serán finalmente tratados como una recapitulación.

En el tratamiento del bloque 3, el cine, seguiremos como ordenamiento una exposición

histórica. ¿Qué modelo de Historia del Cine utilizamos? El más convencional¹¹ y en sus puntos más elementales y significativos, no olvidamos que estamos en Primero de Bachillerato y tenemos algo menos de dos trimestres. Sin embargo, siempre que es posible, abordamos los aspectos financieros y de producción, tecnológicos, contexto de producción, recepción, etc. en los niveles que el tiempo y nivel de los alumnos nos permite, teniendo presente el modelo de análisis arriba expuesto, que a los alumnos no les resulta demasiado ajeno porque es similar en esencia al que aplican al realizar en clase de Historia el tratamiento de fuentes. Y, a partir tanto de fragmentos seleccionados como de las películas que proyectadas en su integridad trabajamos en lo posible sus aspectos estéticos.

De los orígenes del cine hasta la aparición del sonoro proyectamos sólo secuencias¹² que permitan contemplar y comprender el origen y desarrollo de un lenguaje que alcanza en los años 20 un grado de madurez y expresividad, agilidad y vigor desconocido por los alumnos, al tiempo que alguna de ellas nos dan pie a hablar de los aspectos financieros, así como de la configuración de un modelo de expresión basado en la narración literaria y un

montaje por continuidad –lo que da lugar a lo que denominamos MRI– que no son únicos¹³, si bien será en él en el que nos basaremos. Del llamado “cine mudo” sólo proyectamos una película completa –generalmente *El cameraman* (*The cameraman*, 1928).

El salto tecnológico que supone la incorporación del sonido como es sabido plantea una transformación profunda en los aspectos financieros, técnicos, de interpretación, de lenguaje cinematográfico, etc., así como del desarrollo del cine americano sobre el mercado mundial y sus mecanismos. *Cantando bajo la lluvia* recrea el momento, y supone el mejor instrumento para comprender todos esos contenidos, al tiempo que otros –el *Studio System* apoyado en el *Star System*, la creación de estrellas y mitos, de la prensa de *cotilleo*, etc.

A partir de ahora, las películas se proyectan en su integridad –entre 6 y 10, según el tiempo disponible–, y su selección varía, dependiendo de los alumnos y de las circunstancias, pero se hace en función de que sean representativas para trabajar contenidos del programa. Generalmente nos movemos entre las siguientes: *Ciudadano Kane*, *Casablanca*, *Roma*,

11. Nótese que en las referencias a películas sólo citamos director y año.

12. Los Lumière y Méliès, *Intolerancia*, *El acorazado Potenkim*, *Metrópolis*, *Y el mundo marcha*, *Berlín, sinfonía de una ciudad*, *Varieté*.

13. La secuencia de la escalinata del *Acorazado* permite ver claramente un tratamiento diferente del tiempo, y el arranque de *Berlín...* nos lleva prácticamente a la abstracción plástica.

cità aperta, El Tercer hombre, La sal de la tierra, Psicosis, Con faldas y a lo loco, La noche americana, La historia oficial, La rosa púrpura de El Cairo, El té del harem de Arquímedes, La estrategia del caracol, Full Monty, Salam Bombay, ¡Bienvenido, Mr. Marshall!, El verdugo, Mujeres al borde de un ataque de nervios. Todas ellas tienen múltiples perspectivas de análisis interesantes, y de todas ellas hay un trabajo previo para aplicar a su tratamiento, cada una tiene un interés particular para su proyección. Casi todas ellas, además, enlazan con temas o cuestiones que estos alumnos cursan en la Historia Contemporánea de Primero, lo que suele enriquecer el tratamiento, al tiempo redundan en aquéllos.

También se introduce alguna información sobre cine documental, que permitirá reflexionar acerca de la subjetividad de lo aparentemente objetivo, y del carácter de *construcción* que tienen tanto la ficción como la no ficción y lo inexacto de la identificación entre *realidad* y *no ficción*.

Una reflexión –¿final?– sobre el cine actual para la que pueden servir, al tiempo que introducen interesantes cuestiones, unos fragmentos del discurso de Woody Allen al recibir su premio Príncipe de Asturias en octubre de 2002:

“(…) Actualmente, los Estados Unidos han entrado en un periodo que yo creo poco creativo en cuanto al cine. Los Estudios conciben sus proyectos para hacer dinero exclusivamente, y las películas están destinadas al común denominador más bajo. No son películas maduras (...) Son películas que glorifican la tecnología como un fin en sí misma. Estos filmes no tienen que ver directamente con la tecnología, pero se hacen con tal aparato técnico que su contenido se convierte en algo implícitamente relacionado con la tecnología y el elemento humano se ha perdido por completo. Sólo en el cine europeo en la actualidad estamos empezando a ver películas que realmente tienen sentido, para adultos inteligentes y pensantes.

Es muy difícil para una persona que piense encontrar una película que ver por la noche en los Estados Unidos. Están todas dirigidas a niños de diez o doce años. Son las pocas películas europeas, o de Irán, China, Japón o Iberoamérica las que tienen más interés, las más provocadoras y significativas para aquellos de nosotros que seguimos pensando que el cine, y que ir al cine, es un arte.

(...) [En los Estados Unidos] el interés se centra en la producción de películas. El importe económico se ha hecho importantísimo. Se gastan cientos de millones y se pierden cientos de millones en un fin de semana. Se gasta más dinero en la publicidad de una película para lanzarla en Estados Unidos que todo el dinero que alguien como Buñuel se gastó en toda su vida (...)”¹⁴.

14. Woody ALLEN. Discurso pronunciado en Oviedo, 25 octubre de 2002 (fragmentos).

La comunicación audiovisual

Queda alrededor de un tercio del curso para trabajar la publicidad, la televisión y resto de los medios, de la radio a Internet. Sin embargo, la formación ya adquirida –mecanismos de análisis y contenidos– así como la proximidad de estos medios permite avanzar deprisa.

Un buen punto de partida es la proyección de *Tesis* (Amenábar), película que tiene el “gancho” del interés con que suele seguirla el público adolescente, y que introduce interesantes elementos de reflexión acerca de los medios, de sus contenidos y acerca del papel del espectador en el diseño y contenido de lo que se realiza.

A diferencia del cine, haremos una breve introducción histórica de publicidad y de la televisión, pero nos centraremos en el trabajo de su situación actual de los medios, cubriendo los contenidos programados.

Se proporciona a los alumnos estadísticas¹⁵ y textos acerca del papel de la publicidad y de la televisión y de los mecanismos de persuasión que utilizan¹⁶, materiales que serán trabajados, analizados y comentados inicialmente de forma individual, y después

colectivamente, al tiempo que se va explicando unos contenidos mínimos específicos y se proyectan *spots* y fragmentos de programas de televisión sobre los que se trabaja. Los modelos de análisis aplicados al cine son así adaptados.

Cada alumno ha de aplicar todo ello en trabajos prácticos. Por ejemplo, cada uno ha de exponer la presentación de un programa de televisión cualquiera, analizando desde su franja horaria y programas competidores hasta la publicidad que tiene, tanto antes y durante su emisión como dentro del mismo si la tiene, género o subgénero al que pertenece, público al que parece dirigirse esencialmente, contenido, etc. Asimismo, se hacen ejercicios similares con análisis y contrastes de Informativos, diversos modos de abordar las determinadas cuestiones candentes del momento, etc.

Generalmente esta parte les resulta muy atractiva, y a menudo se producen interesantes debates acerca de televisión y la publicidad que, aunque suelen quedarse en sus aspectos formales, a veces profundizan también en los de carácter social y sociológico e incluso llegando en ocasiones hasta los aspectos económicos y políticos que convierten a los *media* en posibles instrumentos de poder y control.

15. El análisis y valoración de las cifras de inversión en publicidad, índices de audiencia, etc.

16. Se trabaja a partir de dos fuentes esencialmente: fragmentos escogidos de PRATKANIS / ARONSON (1994) y de Joan FERRÉS (1996). A ellas suele añadirse algún texto de prensa reciente, porque en estas cuestiones la inmediatez suele sumar un mayor interés.

Sería grato decir que a final de curso estamos ante ciudadanos formados y críticos ante la imagen, que han desarrollado una alta sensibilidad estética y capaces de *elegir*, que no confunden un telediario con la realidad, que descodifican las comunicaciones inadvertidas y que han cambiado la servil adoración por la tecnología por la visión de ésta como un instrumento a nuestro servicio... Pero en los tiempos que corren sería demasiado parecido a un *happy end*. En realidad, buena parte de estos chicos seguirán viendo y discutiendo sobre lo que pasó ayer en *Gran Hermano* o como se llame el pro-

grama-basura que le suceda o haya sucedido en liderazgos de audiencia, preferirán la última producción *made in Hollywood* plana y llena de efectos especiales digitales a Billy Wilder o Woody Allen y seguirán sentados demasiado tiempo ante el televisor o el último videojuego. No obstante, en alguno se cumplirán nuestros más ambiciosos objetivos formativos. Varios querrán estudiar Imagen y Sonido. Alguno seguramente saldrá tocado por el cine, y –esperamos– casi todos terminen con un nuevo *chip* inadvertido que les obligue al menos a analizar un poco más y a tragar un poco menos.

Bibliografía

- AGUILERA, M. / VIVAR, H. (Eds.) (1990): *La Infografía. Las nuevas imágenes de la comunicación audiovisual en España*. Madrid: FUNDESCO.
- APARICI, R. (coord.) y VV.AA. (1996): *La revolución de los Medios Audiovisuales. Educación y Nuevas Tecnologías*. Madrid: Ediciones de la Torre (20^{ed.} corregida y aum.; 10 ed.: 1993).
- ALBERT, P. / TUDESQ, A.J. (1982): *Historia de la radio y la televisión*. México: Fondo de Cultura Económica.
- ALONSO, M. / MATILLA, L. (1990): *Imágenes en acción*. Madrid: Akal.
- ANDREW, D. (1992): *Las principales teorías cinematográficas*. Madrid: Ed. Rialp.
- BACHY, V. (1991): *Para ver el cine*. Estella (Navarra): Ed. Verbo Divino.
- BALÁZS, B. (1923): *El hombre visible o la cultura cinematográfica*.
- BARNOW, E. (1996): *El documental. Historia y estilo*. Gedisa Editorial. Barcelona.
- BERGONDO LLORENTE, E. (1995): *Ocio y medios audiovisuales* (3 volúmenes). Madrid: Proyecto Mentor. M1 Educación y C.
- BETTETINI, G. / COLOMBO, F. (1995): *Las nuevas tecnologías de la telecomunicación*. Barcelona: Paidós.
- BORDWELL, D. (1995): *El significado del filme. Inferencia y retórica en la interpretación cinematográfica*. Barcelona: Paidós.
- BORDWELL, D. / THOMPSON, K. (1995): *El arte cinematográfico*. Barcelona: Paidós.
- BURCH, NOEL (1987): *El tragaluz del infinito*. Madrid: Cátedra.

- CARDONA, D. / BERASARTE, R.F. (1972): *Lingüística de la publicidad*. Madrid: Júcar.
- CARMONA, R. (1991): *Cómo se comenta un texto filmico*. Madrid: Cátedra.
- CASETTI, F. (1994): *Teorías del cine: 1945-1990*. Madrid: Cátedra.
- CASETTI, F. / DI CHIO, F. (1991): *Cómo analizar un film*. Barcelona: Paidós.
- Diccionario de las tecnologías de la imagen*. British Kinematograph Sound & Television Society (1998). Barcelona: Gedisa.
- DOMÍNGUEZ, G. / TALENS, J. (dirs.) (1995): *Historia general del Cine*. (Doce volúmenes). Madrid: Cátedra.
- ECO, U. (1985): *Apocalípticos e integrados*. Barcelona: Lumen.
- ELSAESSER, T. (1997): *El concepto de cine nacional: el sujeto fantasmal del imaginario de la historia del cine*. Valencia: Epistome.
- FERRÉS, J. (1996): *Televisión subliminal. Socialización mediante comunicaciones inadvertidas*. Barcelona: Ed. Paidós. Col. Papeles de Pedagogía.
- FERRO, M. (1995): *Historia Contemporánea y Cine*. Barcelona: Ariel.
- FURONES, M.A. (1980): *El mundo de la publicidad*. Barcelona: Salvat.
- GARCÍA GÓMEZ, E. (1989): *Radio y Televisión Educativas. El papel de la tecnología audiovisual en la evolución metodológica y curricular de la enseñanza*. Zaragoza: Ed. Kleos.
- GARCÍA FERNÁNDEZ, E. / SÁNCHEZ, G.S. / MARCOS M.M. / URRERO P.G. (2000): *Historia general de la imagen. Perspectivas de la comunicación audiovisual*. Madrid: Universidad Europea-CEES Ediciones.
- GARCÍA MATILLA, E. (1990): *Subliminal: escrito en nuestro cerebro*. Madrid: Ed. Bitácora.
- GAUTIER, G. (1986): *Veinte lecciones sobre la imagen y el sentido*. Madrid: Cátedra.
- GONZÁLEZ REQUENA, J. (1995): *El discurso televisivo: espectáculo de la posmodernidad*. Madrid: Cátedra.
- GORTARI, C. / BARBACHANO, C. (1985): *El Cine. Arte, evasión y dólares*. Barcelona: Salvat.
- GUBERN, R. (1974): *Mensajes icónicos en la cultura de masas*. Barcelona: Lumen.
- GUBERN, R. (1987): *La caza de brujas en Hollywood*. Barcelona: Anagrama.
- GUBERN, R. (1989): *Historia del Cine*. Barcelona: Lumen.
- GUBERN, R. (1992): *La mirada opulenta. Exploración de la iconosfera contemporánea*. Barcelona: Ed. Gustavo Gili. (20 ed. revisada).
- GUBERN, R. (1997): *Medios icónicos de masas*. Historia 16 (Col. *Conocer el Arte*, n1 15). Madrid.
- GUTIÉRREZ MARTÍN, A. (1997): *Educación multimedia y Nuevas Tecnologías*. Madrid: Ediciones de la Torre.
- INSTITUTO de la Mujer. (1990): *La mujer en la publicidad*. Ministerio de Asuntos Sociales. Madrid
- Jarvie, I.C. (1974): *Sociología del Cine*. Madrid: Guadarrama.
- LAGNY, Michèle (1997): *Cine e Historia: problemas y métodos en la investigación cinematográfica*. Barcelona: Bosch.

- LOTMAN, Y.M. (1979): *Estética y semiótica del Cine*. Barcelona: Ed. Gustavo Gili.
- MALDONADO, Tomás (1994): *Lo real y lo virtual*. Barcelona: Ed. Gedisa.
- MARMONI, G. (1977): *Iconografía femenina y publicidad*. Barcelona: Ed. Gustavo Gili.
- MILLERSON, Gerald (1998): *Cómo utilizar la cámara de video*. Barcelona: Ed. Gedisa.
- MONTERDE, J.E. (1986): *Cine, Historia y Enseñanza*. Barcelona: Laia.
- NICHOLS, B. (1997): *La representación de la realidad. Cuestiones y conceptos sobre el documental*. Barcelona: Paidós.
- PAZ, M. / MONTERO, J. (coords.) (1995): *Historia y Cine. Realidad, ficción y propaganda*. Madrid: Ed. Complutense.
- PRATKANIS, A. / ARONSON, E. (1994): *La era de la propaganda. Uso y abuso de la persuasión*. Barcelona: Paidós.
- ROBINSON, J.F. / BEARDS, P.H. (1981): *El uso del video*. Andoain: Ed. Escuela de Cine y Vídeo.
- ROMAGUERA, J. (1991): *El lenguaje cinematográfico*. Madrid: Ed. de la Torre.
- ROMAGUERA, J./ ALSINA, H. (1989): *Textos y manifiestos del Cine*. Madrid: Cátedra.
- SHERMAN, E. (1992): *Frame by frame [El Cine paso a paso]*. Barcelona: Ed. Íxia.
- SALVADOR MARAÑÓN, A. (1997): *Cine, Literatura e Historia. Novela y Cine: recursos para la aproximación a la Historia Contemporánea*. Madrid: Ed. De la Torre.
- SÁNCHEZ-BIOSCA, V. (1995): *Una cultura de la fragmentación. Pastiche, relato y cuerpo en el cine y la televisión*. Valencia: Ediciones de la Filmoteca, col. Textos.
- SORLIN, P. (1992): *Sociología del Cine. La apertura para la Historia de mañana*. México: Ed. Fondo de Cultura Económica.
- SORLIN, P. (1996): *Cines europeos, sociedades europeas. 1939-90*. Barcelona: Paidós Comunicación.
- ST. JOHN MARNER, T. (1984) *Cómo dirigir Cine*. Ed. Fundamentos.
- TRUFFAUT, F. (1974): *El Cine según Hitchcock*. Madrid: ALIANZA.
- VILCHES, L. (1998): *Taller de escritura para cine*. Barcelona: Gedisa.
- VILLAIN, D. (1994): *El montaje*. Madrid: Cátedra.
- ZUNZUNEGUI, S. (1985): *Mirar la imagen*. Bilbao: Servicio Editorial del País Vasco.

Resumen

La comunicación audiovisual en el Bachillerato permite diversos enfoques. Desde la perspectiva de las Ciencias Sociales se ofrece una experiencia basada en un modelo de análisis que, partiendo del Cine, permite trabajar todos los medios desde su contexto en un amplísimo sentido, incidiendo en el desarrollo de la formación humanística, sin perder de vista los aspectos lingüísticos, semánticos, económicos, técnicos o políticos de los mismos.

Palabras clave: comunicación audiovisual; cine/enseñanza; cine/ciencias sociales; cine/historia.

Abstract

The Audiovisual Communication subject in the last years of secondary education allows different approaches. From the perspective of Social Science, the author comments on an experience that, taking cinema as a starting point allows to study all the media in context giving importance to the development of their linguistic, semantic, economic, technical and political aspects.

Key words: audiovisual communication; cinema/teaching; cinema/social sciences; cinema/history.

Alicia Salvador Maraón

Profesora de Enseñanza Secundaria y Doctora en Historia del Cine

Miembro del Consejo de Redacción de Secuencias

e-mail: aliciasalvador@telefonica.net