

Una aplicación de la teoría de la imagen: análisis de un cortometraje colombiano

An application of the Theory of the Image: analysis of a colombian short film

Luis Ricardo Navarro

rnavarro@hotmail.com

Connie Patricia Acosta Rodado

Connie_1482@hotmail.com

Osorio Rueda Roxana Milena

Universidad Autónoma del Caribe

RESUMEN

El presente documento pretende determinar la importancia semiótica que tiene escoger cada plano y cada imagen en un trabajo audiovisual. El análisis toma como punto de partida la tesis de que la escogencia de determinados planos e imágenes influye en la sociedad generando movimientos de masas determinados en posibles consensos o en posibles disensos respecto a la temática propuesta en el cortometraje. En este caso, se aborda la temática propuesta en el cortometraje Sin decir nada de la productora colombiana Diana Carolina Montenegro, ganador en el festival de Video de Tokio (2009) y en la Muestra Internacional de Cortometrajes de Tres Cantos (2008) en España. Su propuesta apunta a romper y liberar, desde el lenguaje audiovisual, todos aquellos sentidos y significados que ofrece la cultura homogeneizadora y productora de estereotipos sobre la mujer, y que trasladados al uso mediático la condenan a una valoración uniformizada.

Palabras clave: imagen, plano, significado, influencia, efecto y mujer

ABSTRACT

The present document tries to determine the semiotic importance that has to choose every shot in an audio-visual work. The analysis takes the thesis as a point of item that the decision to choose cinematographic shots influences in the society and they generate movements of masses determined in possible consensuses or in possible dissents with regard to the subject matter proposed in the short. In this case, the subject matter focused in the short is approached "Don't say a word" of the Colombian producer Diana Carolina Montenegro; it is winner in the festival of Video of Tokyo (2009) and In the International Sample of Shorts of Three Singings (2008) in Spain. Its offer points to break and liberate, from the audio-visual language, all those senses and meanings that offers the homogenizing culture and producing of stereotypes, That moved to the media use condemn the woman to the same uniform valuation.

Key words: image, shot, meaning, influence, effect and woman.

Una aplicación de la teoría de la imagen: análisis del cortometraje *Sin decir nada*

1. Breve descripción del cortometraje *Sin decir nada*

El siguiente análisis surge como ejercicio de clase socializado durante la cátedra *Teoría de la Imagen I* del programa de Producción y Dirección de Radio y Televisión de la Universidad Autónoma del Caribe de Barranquilla-Colombia. El documento es el resultado de las dinámicas docente-estudiante, y se publica como artículo de reflexión. Ahora bien, el cortometraje ofrece un personaje como Sofía, una joven estudiante retraída, poco sociable y amante de la fotografía, que siente una fuerte atracción por Verónica la niña más linda y popular del colegio y a quien le encanta fotografiar en secreto. Verónica al parecer no se da cuenta de este hecho pero algunos de sus comportamientos al encontrarse a solas con Sofía insinúan lo contrario. Un día, las dos chocan por accidente y quedan al descubierto las fotografías enfrente de las amigas de Verónica, quien al principio se extraña y parece entender las burlas de sus amigas, pero desde ahí se muestra más interesada en su compañera. Para sorpresa de Sofía, días después se encuentra con Verónica en el baño quien la había seguido al salir de la clase y se da cuenta que no le es indiferente.

2. Algunas ideas sobre el concepto de imagen. Plan de trabajo

Las creaciones audiovisuales surgen de la necesidad de la sociedad de crear imágenes que sirvan como reflejo de su realidad, es la búsqueda constante de metáforas imaginativas sobre lo que se verá en la pantalla, la cual es utilizada como un entorno que marca los sistemas de vida de las personas. Según Fabio Medellín (2005), el verdadero realizador de productos audiovisuales mira la realidad, la percibe en detalles y la interpreta en su esencia, para así escoger de ella lo que es interesante y recrear aquello que la caracteriza. A través del lenguaje audiovisual es posible crear nuevas formas de cultura, entre quienes participan como espectadores dentro de este proceso. Sin embargo para lograr esto, es necesario, transformar la realidad, mirar el mundo de una forma subjetiva y convencer al cineasta o televidente de aquello que se está contando; con el fin de lograr que este se identifique con la historia y los personajes que se desenvuelven dentro del conflicto. Esta idea se puede sustentar con las siguientes palabras:

Una vez entramos en ese mundo extraño nos encontramos a nosotros mismos, escondida en las profundidades de esos personajes, hallamos nuestra propia humanidad, vamos al cine para acceder a un mundo nuevo y fascinante, para suplantar virtualmente a otro ser humano que al principio nos parece muy extraño

pero que en el fondo es como nosotros, para vivir en una realidad ficticia que ilumina nuestra realidad cotidiana (McKee, 2002, p. 19).

Es esta la razón, que lleva al verdadero artista a crear historias arquetípicas que representen experiencias humanas universales bajo una cultura específica “el conocimiento universal ante todo los seres humanos es la experiencia emotiva” (Vale, 2002, p. 12). Estas emociones que van desde la alegría hasta la tristeza, desde la satisfacción hasta la desilusión, del amor a la pasión se impregnan de conflictos tan humanos que traspasan culturas y que convierten lo ordinario en extraordinario. En este caso, aunque Sofía y Verónica, como adolescentes de 14 de años, si bien parecen cumplir con los estereotipos propuestos por la sociedad de masas y de consumo, en algún momento rompen esos esquemas sin perder su esencia como seres humanos, no cosificadas ni instrumentalizadas. Con relación a ello, y tal como lo sustenta Rincón.

Las culturas son audiovisuales cuando sin referencia de territorio juntan experiencias instantáneas sentimentales y narrativas, y producen estilos de habitar sin llegar a conformar identidades largas; cuando producen un paisaje caracterizado por otras formas de significación, nuevas maneras de percibir, representar y reconocer, inéditas formas de experiencia, pensamiento e imaginación (2002, p10).

Lo anterior implica que las culturas audiovisuales construyen un entorno que hace pensar con las imágenes, todo tipo de significaciones constructoras de sujetos y de tejido social. En este sentido, pero ahora desde el punto de vista técnico, es posible decir que la unidad más pequeña pero también la más significativa al crear un producto audiovisual, es el plano “entendido como la proximidad de la cámara a la realidad cuando se registra una toma” (Peñaranda & Herrera, 2006, p. 33); y el cual debe ser construido a partir de los siguientes interrogantes ¿Qué se quiere mostrar? ¿Por qué se va a mostrar? y ¿Cómo se va a mostrar? Estas preguntas apuntan sólo al motivo central que pretende demostrar el presente documento: cada encuadre, posición de la cámara, al igual que la ubicación del sujeto u objeto dentro del plano debe tener un sentido a la hora de componer una imagen. Sobre esto, Lizarazo sustenta que:

Asumir el lugar de la visión de la cámara como visión del espectador es análogo, a asumir la noción del “yo” en la estructuración enunciativa. Así como después de asimilar el “yo” gramatical como lugar simbólico destinado al sujeto es posible establecer plenamente los vínculos intersubjetivos en el orden simbólico, la apropiación de la mirada- cámara como mirada-espectador, constituye el principio de ingreso al horizonte diegético- imaginario que propone el relato fílmico (2004, p. 147).

De ahí que se pueda hablar de planos descriptivos, narrativos y expresivos¹ que logran la descripción del lugar donde se desarrolla la acción, la narración de los acontecimientos y la muestra de las reacciones del protagonista, respectivamente. (Moral, 1999, p127-128) El presente artículo apuesta por una concepción de imagen definida en los siguientes términos:

Las imágenes se activan a través de esquemas cognitivos y pistas memorísticas construidas en la experiencia social y cultural, integrando categorías, acontecimientos y significados según criterios de familiaridad y relevancia de acuerdo con los gustos de la época, la situación social y las motivaciones y los intereses personales. (Buxó & De Miguel, 1999, p. 17).

En este orden de ideas, y desde estos preceptos conceptuales, no hay que olvidar que los seres humanos se educan a través de historias y de cuentos entre los cuales viven. Nos montamos nuestra propia película, y desde ella, es decir, desde nuestra propia narración damos significado y legitimidad a la realidad

¹ En sentido general se puede asociar el plano descriptivo con el gran plano general, plano general, plano en conjunto; al plano narrativo con el plano americano y medio; y al plano expresivo con el plano medio corto, primer plano, primer primerísimo plano. Aun así, la escala de planos cobra sentido desde la percepción por una actividad humana básica que es la atención. Esta teoría cinematográfica fue estudiada por primera vez por el psicólogo Polaco Alemán Hugo Munsterberg en 1916.

cultural. De esta manera, sobre la base de este entrenamiento histórico y cultural actúan también la fotografía y el cine en donde los procesos de significación no se presentan de forma unívoca, estable e inmutable, que se puede encontrar ahí afuera, sino más bien en la virtualidad de ver y dialogar a través de la mirada o las palabras propias. Cansados de escuchar propuestas asociadas al reciente lenguaje de la narcotelevisión colombiana, historias carentes tanto de contenido como de forma y cuya oferta relaciona sus títulos con capo, mafia, muñecas, cartel, sapos entre otros, tuvimos los autores de este artículo, el privilegio de acceder, a través del programa de Dirección y Producción de Radio y Televisión de la Universidad Autónoma del Caribe, a una película incluida en el Plan Nacional Audiovisual del Ministerio de Cultura de Colombia.

Su título, *Sin decir Nada* dirigida en 2007 por la caleña, en ese entonces estudiante de la Universidad del Valle, Diana Carolina Montenegro García², la cual propone un formato con una narración sobre la mujer desde propuestas alternativas. *Sin decir nada* es un cortometraje ganador en el festival de Video de Tokio (2009) y en la Muestra Internacional de Cortometrajes de Tres Cantos (2008) en España. Su propuesta apunta a romper y liberar, desde el lenguaje audiovisual, todos aquellos sentidos y significados, que ofrece la cultura homogeneizadora y productora de estereotipos, que traslada-

² Como directora de cine ha ganado más de 20 reconocimientos nacionales e internacionales.

dos al uso mediático condenan a la mujer a la misma valoración uniformizada.

La mediatización de la sociedad industrial mediática hace estallar la frontera entre lo real de la sociedad y sus representaciones. Y lo que se comienza a sospechar es que los medios no son solamente dispositivos de reproducción de un “real” al que copian más o menos correctamente, sino más bien dispositivos de producción de sentido (Verón, 2001, p. 14).

En este sentido, el cortometraje de Montenegro trabaja la imagen como una concentración de la mayor parte de los elementos del lenguaje audiovisual dispuestos para la percepción a través de los ojos, y sujeta a un contexto cultural que hace posible la producción de signos y significados. De ahí que la semiótica propuesta por Ferdinand de Saussure (1916) “ciencia que estudia la vida de los signos en el seno de la vida social” (p. 44), sirve para reconocer el significado de las imágenes. Así pues, el presente documento pretende analizar y determinar la importancia que tiene escoger cada plano que incluido en un trabajo audiovisual reflejan una intención práxica, en este caso del director, y muchos significados, en este caso de los receptores, los cuales pueden ser logrados en cada encuadre, en cada toma, en cada instante. De igual forma, es objetivo de este artículo conocer hasta qué punto la escogencia de planos cinematográficos permite influir en la sociedad y generar movimientos

de masas así como también un posibles consensos o posibles disensos respecto a la temática propuesta en el cortometraje, por ejemplo, en el caso de las tendencias sexuales, el símbolo mujer y la discriminación de minorías; El análisis apunta a plantear que el uso de planos ideológicos, simbólicos, estéticos y principalmente expresivos (plano medio corto, primer plano, primer primerísimo plano, plano detalle) permiten más concentración en el rostro de los protagonistas, en este caso Verónica y Sofía, generando así una relación más íntima entre el personaje y los espectadores, relación que puede tener, para este caso dimensiones con distintos valores, tales como, el psicológico, el expresivo y el dramático.

3. Análisis pragmático de los planos del cortometraje *Sin decir nada*: una mirada a la dimensión performativa de la imagen en el receptor



Figura 1. Extraída del cortometraje *sin decir nada*.

La lectura del cortometraje *Sin decir nada* puede emprenderse desde un marco teórico relacionado con conceptos y teorías

relacionadas con la imagen en función de diversos contextos culturales. Uno de ellos, es factible hacerlo desde las palabras del pensador Karl Marx, S.f (citado por Prado 2010), y su concepto de ideología como “las presentaciones que el hombre se hace de la realidad ligadas a las condiciones materiales de existencia, las condiciones reales en las que se desenvuelve la vida humana”. De esta forma, y aplicado al cortometraje, es posible decir que la ideología es la filosofía de vida, es la percepción que tenemos del mundo en general y aún de nosotros mismos, lo que pensamos, cómo lo hacemos, por qué lo hacemos, marcando todo una dinámica socio-cultural. “la función ideológica del cine consiste en construir en sujeto a un individuo situándolo imaginariamente en un lugar central” (Aumont, 1992, p. 201).

En relación con esta filosofía, es importante también mencionar el paradigma crítico de la comunicación dado que éste analiza las características de las sociedades actuales y cuestiona las desigualdades en la sociedad. Según ello se refiere entonces al apoyo que prestan los medios de comunicación y sus mensajes a la difusión de ideologías, así como a la obstaculización del cambio social (García, 1999, párr. 13).

Ahora bien, es factible trasladar estos enfoques teóricos hacia un análisis de los planos cinematográficos y su significación fílmica.

Una imagen es ya por si misma un todo, representa un espacio, un con-

junto de cosas y de relaciones simultáneamente percibidas. Se necesitarían muchas paginas de texto para describir el contenido de un solo plano ¡cuantos verbos para significar los estados, los movimientos, los actos!;... el plano no es, pues, el equivalente de una palabra sino de un conjunto de frases. Se necesitarían muchas para describir el primer plano más simple, una gran cantidad para describir un plano general algo complejo (Mitry, 2002, p. 159).

Cargados de sentido, presentan hechos que actúan constantemente unos sobre otros, enmarcando las creencias de una sociedad, sus costumbres y principios y las controversias que crean estas imágenes. *Sin decir nada* propone una re-significación de la mujer que por consiguiente choca con las ideas del contexto cultural propio de la hegemonía y la serialización; por tal motivo, genera disensos, cambios de estereotipo, conmoción, y un sin número de traumas, que se oponen a los sistemas de vida previamente creados.

En este sentido, el plano ideológico, va muy ligado con el mensaje generado, y a través de la interacción emisor-receptor, crea una serie de principios morales y éticos, genera cultura y proponen nuevas dinámicas sociales entre los sujetos. Con *Sin decir nada* se postula una sociedad caracterizada por el no absolutismo, el no fundamentalismo. En el caso puntual, Verónica y Sofía eligieron estar en contra de una ideología específica, al no seguir

un lineamiento sobre los principios que una sociedad demanda. Las imágenes del corto dan viva muestra sobre esta oposición, sus orientaciones homosexuales, se ven ilustradas en diferentes escenas (Figura 1), y esto lo hace posible la correcta composición del encuadre que llevado por movimientos funcionales “pretende construir el espacio escenográfico, seguir o anticipar un movimiento, seguir o descubrir una mirada, seleccionar un detalle significativo o revelar un rasgo subjetivo de un personaje” (Aumont, 1992, p. 234).

Este plano medio corto da una sensación más realista de los sentimientos y emociones que se desea transmitir por parte del director. En la toma de las manos (Figura 1) y de otras expresiones que no podemos ver pero de alguna manera son perceptibles, se pretende generar un significado y provocar una reacción en el espectador, pues debemos recordar que el público al que nos dirigimos hace parte de un contexto cultural y de un sistema ideológico ya impuesto, ya configurado. Ahora bien, al generar ese cambio, la propuesta del corto busca un efecto (performativo) en el espectador, es decir, una respuesta al estímulo que representa la imagen. Harold Lasswell (1948) uno de los principales funcionalistas, más que centrarse en la causa se enfoca en los efectos que produce la comunicación de masas.

En verdad, la definición de Lasswell (1948) la más ampliamente aceptada de

nuestra época, adelantó esencialmente la proposición de Aristóteles añadiéndole dos elementos. Mientras que Aristóteles había identificado el quien, qué y a quién de la comunicación, Lasswell refinó el esquema estipulando el cómo y haciendo explícito el para qué, como sigue: ¿Quién? ¿Dice qué? ¿En cuál canal (medios)? ¿A quién? ¿Con qué efecto? (Beltrán, 1979, p. 259).

De la anterior referencia se puede inferir que Lasswell trató de moderar la influencia de la teoría mecanicista del estímulo respuesta de la psicología clásica; para ello tuvo en cuenta variables contextuales y de situación subrayadas como intervinientes entre F (fuente) y R (receptor) por las teorías de categorías sociales y de diferencias individuales.

“La transmisión de información, ideas, emociones, habilidades, etc. por el uso de los símbolos-palabras, cifras, gráficos, etc., es el acto o proceso de la transmisión, de lo que generalmente se llama comunicación” (Lasswell, citado en Beltrán, 1979, p. 259). Respecto a esta capacidad notoriamente desarrollada en los audiovisuales, Juan José Muñoz, en su libro cine y misterio humano evoca las palabras de el famoso productor europeo David Puttnam, al visionar la celebre película del director Fred Zinnemann “un hombre para la eternidad”.

Recuerdo haber visto (la película) cientos de veces, no por sus cualidades filmicas, que las tiene, sino por el

efecto que producía en mí: el hecho de permitirme esa enorme presunción de salir del cine pensando: ‘Sí, yo también hubiera dejado que me cortaran la cabeza para salvaguardar un principio’. Sabía de sobra que no era así, y probablemente nunca encontraría a nadie que lo hiciera, pero el cine me permitió ese sentimiento; me permitió que, por un momento, sintiera que todo lo decente que había en mí se había puesto en pie (2003, p. 30).

Igualmente, la noción de influencia (a través de la persuasión), clave en este documento, como meta central de la comunicación habría de incluirse en varias definiciones posteriores, como la siguiente de Osgood (1961): “En el sentido más general, tenemos comunicación siempre que un sistema, una fuente, influencia otra, al destinatario, por manipulación de señales alternas que pueden transferirse por el canal que los conecta” (Citado en Beltrán, 1979, p. 259). Este enfoque, dado que pone énfasis en los efectos de la comunicación, y por lo tanto en la imagen que se está transmitiendo explica por qué es necesario escoger el plano adecuado para transmitir determinada idea. “los espectadores no ocultan sus sentimientos con coraza alguna, sino que se abren al narrador de maneras que ni siquiera sus amantes conocen, dejándose llevar por la risa, las lagrimas, el terror, la ira, la compasión, la pasión el amor y el odio” (McKee, 2002, p. 22). Las reacciones del público por las imágenes traídas por este cortometraje son

incontables; cada quién puede concebir su opinión sobre el corto y la situación que se viven en éste. Toda imagen que percibimos es analizada por el cerebro de manera automática en un proceso de reconocimiento y clasificación de los objetos representados. De esta manera, el sentido “real” de cada imagen depende del significado connotativo inferido por cada espectador. Pero lo que sí es absolutamente claro es que temáticas como la exclusión de minorías y la degradación de la mujer propician en cualquier parte del mundo un movimiento de masas.

4. Planos expresivos, narrativos, signos y significados



Figura 2. Extraída del cortometraje *sin decir nada*

Pero ¿cómo puede una secuencia de planos representar estas tendencias contra ideológicas? Esta pregunta se resuelve, al entender las interpretaciones simbólicas que son dadas en el lenguaje audiovisual o bien al mirar la imagen desde el punto de vista de los sentidos y significados. Según Saussure (1945, p. 36), el lenguaje es un sistema formal que se basa en la diferencia de los elementos que lo constituyen. Este paradigma estructuralista basa

entonces su análisis en la diferenciación de signos. A su vez, el uso de símbolos en las películas no interfiere para nada ni en la comprensión de sus alcances ideológicos y contra ideológicos, ni en su realidad fílmica, ni en su ubicación dentro de un contexto cultural. Por el contrario, una vez realizado el análisis semiótico logra enriquecer los aspectos que componen la obra “una historia bien contada nos ofrece aquello que no podemos obtener de la vida: una experiencia emocional con significado” (McKee, 2002, p. 144).

En este orden de ideas, se hace pertinente ubicar conceptualmente la categoría de signo y sus componentes, para desde dicho marco teórico ejecutar parte del análisis. El enfoque de Saussure (1945), sostiene que, todas las palabras tienen un componente material (una imagen acústica) al que denominó significante y un componente mental que hace referencia a la idea o concepto representado por el significante al que denominó significado.

Significante y significado conforman un signo. El significante y el significado (Eco, 1975, p. 31), son dos elementos que no se pueden separar; su relación es denominada por Eco (1975, p. 25), sistema de significación o relación de significación la cual no refleja otra cosa que la acción, permanente entre los seres humanos, de crear convenciones, acuerdos, que entre otras cosas son totalmente arbitrarios, accidentales y posiblemente hasta aleatorios. Es producto de un con-

senso, de una convención que la mirada entre Verónica y Sofía al final del corto se encuentran asociados. De igual manera ¡Es arbitrariedad pura! Es la propuesta de *Sin decir nada* a través de la cual se ofrecen diferentes sentidos de asumir lo femenino. Esto significa que cualquier significado puede asociarse a cualquier significante.

De esta manera se puede entender la imagen o el plano como significante y la interpretación de su contenido como el significado. Es necesario comprender los niveles de construcción del significado a partir del sentido que se asigna a una imagen y gracias a dicha comprensión será posible definir su función comunicativa. De la Peña (2008) sostiene que, el primer nivel muestra la disposición de los elementos que constituyen el objeto visual en donde las relaciones se dan con los recursos de los que se vale el lenguaje para transmitir el mensaje y el segundo, es la forma del habla que proporciona las indicaciones precisas de lectura. El signo es concebido entonces como un “vehículo de la comunicación visual que permite al emisor construir mensajes capaces de llevar consigo un significado” (De la Peña, 2008, p. 150).

Así pues, un primer plano como el extraído en la Figura 3, está cargado de valor psicológico, expresivo y dramático que permite someter al personaje y al espectador. “Gracias al recurso del primer plano conocemos la expresividad

del rostro, ese rostro que manifiesta y revela a la persona como irreplicable hasta en sus mínimos detalles” (Muñoz, 2002, p. 15) De igual manera, un plano en conjunto, como lo muestra la Figura 2, permite ubicar al personaje en su entorno y distinguir así su contexto cultural y filosofía de vida. De cualquier manera el reconocer lo que nos quiere mostrar la imagen más allá de la imagen misma logra una concordancia entre la mezcla de lo consciente y lo inconsciente, el pensamiento y los sentimientos, la percepción y la intuición. Para comprobar estas ideas, podemos tomar como ejemplo el significado que transmiten los planos y las influencias sociales e ideológicas. Yo soy Betty la fea, maneja una temática semejante a la utilizada por Diana Montenegro, es decir, la contra ideología del signo mujer, y la exclusión de minorías. Una mujer por ser fea, no tiene derecho a amar o a hacer parte activa de una sociedad. Expresiones como “poesía para feas enamoradas” o “no hay nada más feliz que una fea después de hacer el amor” están incluidas en la secuencia de planos mostrados a continuación.



Imágenes extraídas de la telenovela YO SOY BETTY LA FEA. Original de Fernando Gaitán.

La composición de música, diálogos, ángulos de la cámara y planos (expresivos) transmiten a la audiencia no solo la narrativa de la historia, sino que además interrelaciona al personaje con el espectador, logrando que se interprete el significado implícito en la historia. “El vínculo del espectador con el vertiginoso torrente visual del cine o la televisión exige el conocimiento de un complejo arsenal de recursos sintácticos y semánticos que hacen posible el proceso comunicativo” (Lizarazo, 2004 P56). De esta forma, el receptor queda en capacidad tanto de tomar los sentimientos y pensamientos del actor como propios, como de identificarse, de manera tal, con el momento dramático que ofrece el texto visual, que puede llegar al punto de generar un cambio en su vida como sujeto social, lo que lo enfrenta a la decisión de estar en acuerdo o en desacuerdo con la ideología impuesta por la sociedad.

5. Planos, Metafílmica e interpretación estética



Figura 3. Extraída del cortometraje *sin decir nada*.

La realización de un producto audiovisual requiere de un proceso correcto de preparación y composición que comienza desde la pre-producción, en el momento de escritura del libreto, siguiendo con la selección del director, el elenco actoral, locaciones, iluminación, ambientación, secuencia de escenas, posición de la cámara, efectos y musicalización entre otros elementos, que juntos buscan componer el plano estético. Sin embargo, también es real la necesidad de que cada película deba ser comprendida como un texto,

como un discurso, es síntesis como una obra arte apoyados en una ideología o contra ideología, como en este caso. “La función estética se da cuando el mensaje llama la atención sobre su propia estructuración, ya sea mediante su forma o a través de sus contenidos” (Pelayo & Cabrera, 2002, p. 31). Esto quiere decir que el lenguaje cinematográfico también es utilizado para comunicar una realidad, un deseo; cuando se realiza como una verdadera obra poética, causa reacciones en el espectador, posee una intención expresiva según la cual las escenas se combinan de modo que la atención del cineasta responda a las intenciones del realizador.

Sin embargo, la función poética no es el único método para reconocer estéticamente una película. Llanos (1999, p. 146) afirma que con el paso de los años se ha hecho frecuente para los realizadores enviar señales “directas” o “indirectas” utilizando adecuadamente la Metafílmica³. Tal es el caso de *La rosa púrpura del Cairo*⁴ (1985) Woody Allen que muestra a un actor que sale de la pantalla para interactuar con una cinéfila que lo admira, fusionando así el fuerte contraste entre la vida real y la ficción; *Los abrazos rotos*⁵ (2009) de Pedro Almodóvar, donde la historia gira

³ La Metafílmica es la metalingüística de los audiovisuales, hablar de cine en el cine.

⁴ *La Rosa Púrpura del Cairo* es una de las más finas comedias de Woody Allen, fue nominada a un Oscar por su guión y ganó dos Premios BAFTA por mejor película y mejor guión.

⁵ *Los abrazos rotos*, fue nomina a los premios Globos de oro 2010 y a la XXIV edición de los premios Goya en cinco categorías.

en torno a “Chicas y Maletas” película de la que el protagonista es director.

De la misma forma en, *Hiroshima mon amour*⁶ (1959) Alain Resnais, el personaje principal resulta ser una actriz, al igual que en, *La pareja del año* (2001) Joe Roth donde los protagonistas son estrellas de Hollywood. Finalmente y aunque resulten menos evidentes pero no por eso menos meta fílmicos muchas películas utilizan a sus protagonistas como escritores del film *Moulin Rouge*⁷ (2001) Baz Luhrmann, o como fotógrafos, el cual es el caso del cortometraje *Sin decir nada*⁸ (2007) Diana Carolina Montenegro García, en la cual una de las protagonista de la historia (Sofía) da a conocer sus tendencias homosexuales al sacar fotografías de su compañera de curso (Verónica) que pasaría a ser la Co-protagonista de la historia. El uso de planos narrativos y descriptivos (general, americano y medio) permiten al espectador ubicar al personaje en su entorno

⁶ *Hiroshima mon amour* ganó un Oscar nominación para el guionista Marguerite Duras, así como un premio especial en el Festival de Cine de Cannes 1959.

⁷ *Moulin Rouge*, nominada en los premios Oscar 2001 a 8 categorías, ganadora de mejor diseño de vestuario y mejor dirección artística; además de 12 nominaciones a los premios BAFTA ganando en 3 categorías; adicionalmente en el 2002 tuvo 6 nominaciones a los Globos de Oro, ganadora de mejor película, mejor actriz y mejor banda sonora;

⁸ *Sin Decir nada*, ha sido merecedor de los premios Sin Formato 2007 del Ministerio de Cultura, el India Catalina a Mejor video de ficción en Cartagena y la participación por Colombia en INPUT 2008, Sudáfrica. Además del premio del público en el 31° Festival de Video de Tokio.

Figura 6 y los planos detalle enmarcan la utilización de esa segunda imagen en este caso la fotografía Figura 5. “los planos actúan en la secuencia a la manera de las palabras en las frases, donde sujeto, verbo y adjetivo solo significan al entablar relación entre sí” (Mitry, 2002, p. 184). Así pues, estas secuencias de planos resultan siendo recordatorios para que el espectador identifique el film como estético.

Ahora bien, si reconocemos la influencia marcada en el público podríamos decir que hablamos de un acto perlocutorio⁹ el cual causaría en un producto audiovisual riqueza en la acción ilocutoria, es decir, mayor capacidad de información del mensaje. Según Austin el acto perlocutorio es un acto en que el orador, al decir algo, produce un efecto de forma intencional o no sobre el otro interlocutor, además del efecto de asegurar la comprensión. Para Austin hablar es hacer cosas, ante lo cual define el acto de habla como la realización de tres tipos de actos:

a) acto locucionario, que comprende los actos fonético (emisión de ciertos ruidos), fático (emisión de ciertas palabras y términos) y rético (uso de esos términos con un cierto sentido y referencia); b) acto ilocucionario, que asocia lo dicho con cierta fuerza convencional o fuerza ilocucionaria (e.g., preguntar responder a una pre-

gunta, dar información o seguridad, advertir, anunciar un veredicto o un propósito propósito), y c) acto perlocucionario, acto conseguido por decir algo (Austin, 1971, pp. 143-145).

De acuerdo con las definiciones de Austin, los efectos perlocucionarios son ciertas consecuencias o efectos sobre los sentimientos, pensamientos o acciones del auditorio o de quien emite la expresión o de otras personas. Por otro lado, los efectos ilocucionarios comprenden: a) la comprensión del significado y de la fuerza de la locución que pretende realizar el hablante, b) el “tener efecto” (como efecto diferente al provocar cambios en el curso natural y normal de los acontecimientos), y c) la respuesta o secuela que ciertos actos, como las apuestas, reclaman en virtud de una convención (Austin, 1971, pp. 162-163). En el caso de Sin decir nada, sus significados no dependen de los actos locutorio presentados a través de los actos de habla, sino de las acciones que a partir de ellos se instauran. El director de cine Franco-Suizo Jean-Luc Godard¹⁰ postula que “el cine no es imagen justa, sino justo una imagen”. La imagen no representa la realidad es la realidad. A partir de esta nueva comprensión de la imagen se abre el campo performativo del lenguaje audiovisual como un nuevo método de producción de significados y a través de ellos producir efectos en el receptor.

En este orden de ideas, en el cortometraje Sin decir nada el acto perlocucionario, incluido tanto en los actos de habla como en las imágenes propiamente dichas, adopta una orientación dialógica particular: el acto locucionario determina el sentido y la referencia, el acto ilocucionario articula la brecha entre los participantes (Verónica y Sofía) a través de su invitación a responder y el acto perlocucionario manifiesta el logro de un objeto perlocucionario como convencer o persuadir, o en este caso enamorar. Desde el punto de vista de la organización secuencial, los tres actos son realizados simultáneamente (Álvarez, 2007, p. 90) y, por lo tanto, la noción austiniana de acto de habla no se reduce al dominio del hablante, o a la simple exposición de la imagen como si se tratara de una concepción unilateral.

A manera de conclusión

Es factible que los sistemas establecidos por los signos sean visibles o no visibles. Las fotografías de Sofía no eran visibles! Una vez develadas, entra en juego la capacidad hermeneuta de los sujetos, en este caso Verónica y sus compañeras. El discurso mediático exige esto, de tal manera que en tanto se produzca o se recepciona un mensaje, la capacidad interpretativa del comunicador se hace necesaria. Se trata, entonces, de mostrar las conexiones secretas y ocultas de un sistema cultural determinado, tal como sucede entre Sofía y Verónica, las relaciones entre sus signos y las interacciones que se generan entre los distintos actores

⁹ Postulado de Austin como es un acto en que el orador, al decir algo, produce un efecto, de forma intencional o no, sobre el otro interlocutor, además del efecto de asegurar la comprensión.

¹⁰ Director de películas como *Una mujer es una mujer*, *El pequeño soldado*, *Los siete pecados capitales*, *Elogio del amor* entre otras; y merecedor en el 2010 del Oscar Honorífico otorgado por la Academia de Hollywood.

sociales. Si lo que se propone, es una comunicación sustentada en el paradigma crítico, entonces a lo que se apunta es a procesos y movilizaciones sociales que generen transformaciones.

En el caso específico de Sofía y de Verónica se reafirma la tesis que la cultura

supone procesos que son inherentes de cambio, es decir, los procesos culturales son procesos dinámicos y conflictivos, nunca estáticos, completamente estables y definidos. Ahora bien, “cambio quiere decir modificación de elementos dentro de un sistema social dado, pero también transformación del modelo en su conjun-

to” (Fernández, 2000, p. 18). Desde esta óptica, la mujer como signo social, debe ser resignificada. La narración audiovisual de Sofía y Verónica resignifican el discurso de la moral-sexual en la mujer. Esto implica, de manera necesaria, procesos comunicativos críticos sobre los estereotipos.

Referencias

- Almodovar A., Garcia E. & Gomez Antxón (Productores). Almodovar Pedro (Escritor/ Director). (2009). *Los Abrazos rotos* (Película). España: El deseo P.C.
- Álvarez, G. (2007). Efectos ilocucionario y perlocucionario en la teoría de los actos de habla y en sus posteriores reformulaciones. *Onomázein*, 17, pp. 79-93. Extraído el 20 de julio de 2011 de: <http://www.onomazein.net/17/efectos.pdf>
- Aumont, J (1992) *La imagen*. Barcelona: Paidós.
- Austin, J. (1971). *Cómo hacer cosas con palabras*. Madrid: Paidós.
- Baron F. & Brown M. (Productores). Luhrmann Baz (Productor/ Director/ Escritor) (2001). *Moulin Rouge*. (Película). Reino Unido: 20th Century Fox.
- Beltrán, L. (1979). *Adiós a Aristóteles: la comunicación horizontal*. Comisión Internacional para el Estudio de los problemas de la Comunicación: UNESCO.
- Buxó, M. & De Miguel, J. (1999). *De la investigación audiovisual: fotografía, cine, vídeo, televisión*. Barcelona: Proyecto A ediciones. Extraído el 10 de mayo de 2011 de: http://books.google.com/books?id=JfZYnjYAIIIC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- De la Peña, T. (2008) *Diseño, poética y prosaica: ensayos sobre fotografía documental*. Buenos Aires: Editores Siglo XXI.
- Eco, U. (1975): *Tratado de semiótica general*. Barcelona: Lumen Fernández, A. (2000). *Mujeres, revolución y cambio cultural. Transformaciones sociales versus modelos culturales persistentes*. Madrid: Anthropos.
- Fernández, M. (productora), Ribero, M. (Director), Gaitán, F. (Escritor). (1999-2001). *Yo soy Betty la fea* (Telenovela). Colombia: RCN Televisión.

- García, Zolia (1999). *Teorías de la comunicación*. (en línea). Extraído el 26, Septiembre, 2010, de: http://letras-uruguay.espa-ciolatino.com/aaa/garcia_santos_zoila_libertad/teorias_de_la_comunicacion.htm
- Greenhut R., Payser M. & Sicilia G. (Productores). Allen Woody (Escritor/ Director). (1985). *La rosa púrpura del Cairo* (Película). Estados Unidos.
- Halfon S. & Daumant A. (Productores). Resnais A. (Director). Duras Marguerite (Escritor). (1959). *Hiroshima mon amour* (Película). Francia & Japón: Pathé Films.
- Lasswell, H. (1948). *Power and Personality*. New York, NY, USA: W. W. Norton & Company.
- Lizarazo, Diego. (2004). *La hermenéutica de las imágenes: Iconos, figuraciones, sueños*. México D. F: Siglo XXI editores..
- Llanos, E. (1999). *Hacia un análisis Psicocinematográfico integral*. (En línea). Consultado (26, Septiembre, 2010). Disponible en http://www.infoamerica.org/documentos_pdf/cine_01.pdf
- Mckee. R. (2002) *El Guion: Sustancia, estructura, estilo y principios de la escritura de guiones*. Barcelona: Edición Alba. Barcelona
- Medellín, F. (2005), *Cómo hacer Televisión, cine y video*. Bogotá: Editorial Paulinas.
- Mitry, J (2002). *Estética y psicología del cine*. Barcelona: Siglo XXI Editores.
- Montenegro. D. (Directora, 2007). *Sin decir nada*. (Cortometraje). Colombia.
- Moral. E. (1999) *Cine: otra dimensión del discurso artístico volumen II*, servicio de publicaciones. Universidad de Oviedo. España
- Muñoz. J. (2003). *Cine y misterio humano*. España: Ediciones RIALP SA.
- Osgood, Ch. (1961). Some Terms and associated measures for talking about communication. Urbana, Ill, Institute for communication research.
- Peñaranda, Raul & Herrera Karina (2006). *Los canales en cuestión, como trabajar Unitel y canal 7*. La Paz: Artes Graficas Sagitario.
- Rincón, O. (2002). *Televisión, video y subjetividad*. Bogotá: Grupo editorial Norma.
- Saussure, F. (1945). *Curso de lingüística general*. Buenos Aires: Ediciones Lozada.
- Pelayo, N. & Cabrera A. (2002). *Lenguaje y comunicación: conceptos básicos, aspectos teóricos generales, características, estructura, naturaleza y funciones del lenguaje y de la comunicación oral y escrita*. Caracas: Editorial CEC, SA.
- Prado, S. (2010). *Teoría de la ideología, Marxismo e ideología*. Extraído el 26 de junio de 2011 de: <http://www.ellibrepensador.com/2010/02/18/teoria-de-la-ideologia-marxismo-e-ideologia/>
- Roth J. (Director). Crystal B. & Tolan P. (Escritores). (2001) *La pareja del año*. (Película). Estados Unidos: Columbia Pictures.
- Vale, E. (2002) *Técnicas del guion para cine y televisión*. Barcelona: Gedisa.
- Verón, E. (2001). *El cuerpo de las imágenes*. Buenos Aires: Norma.