

El séptimo arte como medio de comunicación

The seventh art as a means of communication

Lisbeth de los A. Méndez Cedeño¹ (lisbethmenced@gmail.com) (<https://orcid.org/0000-0002-1801-4211>)

Elizabeth de la Caridad Méndez Cedeño² (elimc2627@gmail.com) (<https://orcid.org/0000-0003-4313-8037>)

Yaumara González Olivé³ (yaumarago92@gmail.com) (<https://orcid.org/0000-0003-1117-9395>)

Resumen

La evolución de la humanidad ha favorecido el surgimiento y perfeccionamiento de los medios de comunicación, donde ocupa el cine un lugar importante en la transmisión de la información. El cine no es solo un medio de información, no solo amplía las posibilidades de la reproducción de la obra de arte, sino que es también un nuevo medio de expresión artística. El objetivo del presente artículo es caracterizar la importancia del séptimo arte como un medio más de comunicación. Dada la naturaleza cualitativa de la investigación, se opta por el análisis crítico e historiográfico, al reflejar la evolución histórica de la relación comunicación-arte. La investigación sobre el cine como medio de expresión comunicativa resulta importante para su reconocimiento como fuente esencial de comunicación, capaz de recrear realidades, transmitir informaciones, ideas, códigos y símbolos de manera diferente a como lo hacen los medios de comunicación tradicionales.

Palabras clave: comunicación, arte, cine y cultura.

Abstract

The evolution of humanity has favored the emergence and improvement of the means of communication, where cinema occupies an important place in the transmission of information. The cinema is not only a means of information, it not only expands the possibilities of the reproduction of the work of art, but it is also a new means of artistic expression. The aim of this article is to characterize the importance of the seventh art as another means of communication. Given the qualitative nature of the research, a critical and historiographic analysis is chosen, reflecting the historical evolution of the communication-art relationship. Research on cinema as a means of communicative expression is important for its recognition as an essential source of communication,

¹ Licenciada en Historia del Arte. Profesora Instructora. Departamento Marxismo, Leninismo e Historia. Universidad de Las Tunas. Cuba.

² Máster en Ciencias de la Comunicación. Profesora Instructora. Departamento Comunicación Social. Universidad de Las Tunas. Cuba.

³ Máster en Ciencias de la Comunicación. Profesora Asistente. Departamento Comunicación Social. Universidad de Las Tunas. Cuba.

capable of recreating realities, transmitting information, ideas, codes and symbols in a different way than traditional media.

Key words: communication, art, film and culture.

Introducción

Todo sujeto como ser social desde su surgimiento ha sentido la necesidad de expresarse y comunicarse con otros. En este proceso y gracias a la evolución de la humanidad, se ha beneficiado de la información que acontece a su alrededor, perfeccionando las vías de comunicación, en búsqueda de la eficiencia y la rapidez de la misma. La sociedad, la cultura, la comunicación y la tecnología confluirán en estrecha relación y progresarán en correspondencia con cada etapa histórica que ha vivido el ser humano.

Entre el mundo de la comunicación y el arte existen numerosas similitudes, ambas disciplinas tienen el enorme poder de transformar el mundo. De dicha relación se puede considerar: que la comunicación es un proceso íntegro de la construcción de la vida en la sociedad, como mediador entre la convivencia de los sujetos y donde el arte representa el principio organizador de la experiencia humana.

El arte se ha considerado como medio para comunicar y transformar la realidad. Sirve para transmitir sentimientos, vivencias, por medio de imágenes o símbolos. Además, es una actividad ligada a las representaciones y rituales que requieren de un espacio específico de la sociedad que lo fomenta. Lo que no quiere decir que todas las manifestaciones del arte respondan a las mismas necesidades; pues existen diferentes interpretaciones, en dependencia de la época que se valore y el espectador.

Hall (como se citó en López, 2012, p. 1), refiere que, “la comunicación es inseparable de la cultura. Es el otro lado de la misma moneda. No puede existir la una sin la otra”. Esta idea se corresponde con que la comunicación es el componente principal para generar el diálogo entre los individuos. Este intercambio se basa en la cultura como factor producto de la experiencia humana.

Por tanto, se correlacionan en forma directa proporcional. A mayor desarrollo comunicativo, mayor desarrollo cultural, entendiendo por este, no simplemente el progreso tecnológico informativo, sino la realización creciente de las potencialidades de participación dialógica de todos los individuos de una sociedad (Stein, 1989).

Las prácticas artísticas creativas de los artistas respondieron de forma específica al contexto social, político y económico en el que se desarrollaban, para revelar las contradicciones y las convenciones sociales. Mientras la comunicación posibilitó la producción de ideología, y el desarrollo de la cultura de las mayorías, el arte desempeñó un papel fundamental para la representación de la vida política, económica y social de toda sociedad, y hoy es el testimonio más vivo del pasado.

Los primeros signos descubiertos de esta relación fueron los jeroglíficos y las pinturas rupestres. Progresivamente, las formas de interacción y expresión evolucionarían desde la oralidad, la escritura, el sonido y la imagen. La comunicación oral adquiere un papel preponderante, tanto para el ámbito social como político, donde diferentes personajes como (el Juglar, los Mercaderes y los Vagan) se dedicaron a la transmisión de información, cultura, mitos y leyendas con el objetivo de mantener a la población informada de manera creativa (mediante cantares, bailes y representaciones teatrales).

El constante perfeccionamiento del hombre, del arte y de los sistemas de comunicación, propició el progreso tecnológico como vía para la masificación e inmediatez de la información. En cuanto, a la comunicación escrita se reconocen varios tipos de escritura, los pictogramas, los ideogramas y por último el alfabeto. Sirve de base para plasmar estas formas expresivas, el descubrimiento del papiro. Asimismo, la utilización del papel en China, serían un elemento clave en la difusión y trasmisión de la información.

Otro factor que influyó notablemente en el desarrollo de la comunicación y el arte fue la creación en el año 1440 de la imprenta, por el orfebre alemán Johannes Gutenberg, esta supuso una revolución de la difusión de las noticias de manera masiva y a disposición de cualquier clase social. Facilitó el acceso a libros y enciclopedias, así como la producción de folletos, panfletos, hojas informativas, literarias y publicaciones periódicas, primero semanales y más tarde diarias.

La transmisión del habla mediante ondas electromagnéticas, la invención del teléfono en 1876 por Grahah Bell y el primer aparato telefónico por Thomas Watson, abren paso a la comunicación sonora. De la misma forma, el telégrafo-semáforo, y la trasmisión de mensajes de textos codificados en código Morse, inventado por Samuel Morse, da inicio a la era de la comunicación electrónica.

El vínculo imagen y sonido dan paso al nacimiento del cine, el cual tiene sus antecedentes en: la invención de la linterna mágica, artefacto de imágenes rotativas que simulaba el movimiento. Las imágenes pintadas sobre placas de cristal de Gaspard Robert o el Estroboscopio (1833) de Simon von Stampfer. En 1874 la invención de la fotografía y finalmente en 1889 Thomas Alva Edison inventó la bombilla incandescente y el kinetógrafo, este aparato permitía sincronizar el sonido y la captura de la imagen, intentando capturar el movimiento vivido, también permitió posteriormente la inclusión del audio en el cine.

La evolución de la comunicación oral, impresa, el cine, la radio y la televisión produjeron una revolución mediática y social, conocida como Medios de comunicación masiva. En la actualidad se incorpora el internet y sus diversas formas como otra vía de comunicación, facilitando la conexión e inmediatez de la información entre las personas.

Jesús Martín Barbero (2003) expresa que la comunicación no debe reducir a los medios, debe estar relacionada uno con otros y así sucede también con la cultura, el propio autor expresa que la comunicación está necesitada no solo de los

conocimientos, sino de un reconocimiento desde los dos puntos de vista, uno metodológico, que implica profundizar en el proceso comunicativo desde las nuevas significaciones o resistencias que hacen los diferentes grupos sociales, etnias, clases, sexo, a los medios y a los nuevos productos comunicativos.

La cultura y la comunicación (exclusivamente los medios de comunicación) son productos de la creación del individuo. Refleja la idea de identidad de una persona, sus cualidades, vivencias y experiencias. Es la evidencia de la adaptación del ser humano a la sociedad, la cual se encuentra en constante transformación y evolución, el objetivo es satisfacer necesidades de supervivencia, información y mejora de calidad de vida. Igualmente, cumple con el propósito de comunicar estas prácticas a numerosas personas a través de disímiles formas y tecnologías comunicativas.

Los medios de comunicación masiva, son los canales para transmitir un determinado mensaje, por lo tanto, su correcto uso, influye directamente en los resultados que se puedan obtener. Su característica rectora es ser la herramienta capaz de lograr el vínculo del emisor con millones de receptores al mismo tiempo. Su principal fin, pero no único, es informar, formar y entretener, de ahí el motivo que existan diferentes tipos, por ejemplo; en el cine, existen diferentes géneros de entretenimiento, culturales, educativos, y formativos para un público diverso.

El cine estimula la reflexión, capta la atención de los individuos, ofrece distracción y favorece la capacidad de análisis a partir de las historias que se cuentan en cada una de las producciones cinematográficas (Mora, 2017). Esta concepción se aplica a los fines didácticos y comunicativos de este medio de comunicación, como adaptación a un contexto específico.

El cine no es solo un medio de información, no solo amplían las posibilidades de la reproducción de la obra de arte, sino que es también un nuevo medio de expresión artística. Es el testimonio de una época, se encarga de reflejar una realidad social, para que perduren en futuras generaciones. Posee un lenguaje de códigos, signos, símbolos que facilita la comunicación y difusión de la información; atendiendo a uno de los modelos básicos de la comunicación: emisor- receptor y un mensaje.

El objetivo del artículo es la caracterización del cine como medio de comunicación, de acuerdo a su importancia en la evolución de la comunicación, y en materia de arte por su impronta en la historia del arte.

Desarrollo

La invención del cine está relacionada con la fotografía, en el siglo XIX. Surgen los primeros intentos de fotografías (los daguerrotipos), además de la impresión de los movimientos y el principio de la cámara oscura. Los hermanos Lumière, fueron de los primeros en proyectar, el 28 de diciembre de 1895, el material fílmico consistía en la salida de unos obreros de una fábrica de Lyon. Los hermanos Lumière alcanzaron la producción de 500 películas, con una duración de un minuto o menos de un minuto, en un periodo de un año.

Entre los principales precursores del cine se encuentra George Méliés, quien propuso innovaciones al sistema de los hermanos Lumière. También se destaca León Gaumont y Alice Guy Blaché, su primer largometraje fue en 1896 “El hada de los colores” (La fée aux choux), donde predominan técnicas teatrales y la tintura, lo que permitió las imágenes a color. Charle Pathé, realizó introducciones a los procedimientos de sus antecesores y fundó la empresa cinematográfica Pathé Frères, donde se incorporó lenguajes técnicos del cine, como los planos cinematográficos.

Para la década del 20, se dieron los primeros pasos para el surgimiento del cine sonoro, sin embargo, el cine mudo perduró en las pantallas por treinta años. Las dos figuras fundamentales en este periodo, que facilitaron la consolidación del cine y se alejaron de las tendencias teatrales, fueron: el estadounidense David W. Griffith, su principal aporte fue la utilización de planos alternados y no fijos, destaca su largometraje “El nacimiento de una nación” (1915). La segunda figura Sergei Eisenstein, aportó las técnicas de montaje y utiliza imágenes chocantes para generar reacción en la audiencia. Su obra maestra es El acorazado Potemkin (1925). Posteriormente, con los adelantos técnicos surgiría el cine a color y el cine digital, cada uno con diferentes características, no obstante, mantienen la función de comunicar, reflejar costumbres y comportamiento de la sociedad.

Debido al auge alcanzado y la correlación con diferentes medios de expresión artística y comunicativos, destaca la preeminencia social del cine. Se afirma que en este medio confluyen el teatro, la música, la literatura, la pintura, la arquitectura y la danza, por eso fue considerado como “arte madre”, ya que orquestaba distintos artes que lo precedieron (Ruiz, 2013).

Para Wegener (como se citó en Morales, 2017, p. 29) el cine es “el arte de las imágenes fotográficas en movimiento”. Por tanto, el cine se enmarca como las bellas artes, fundamentado en las concepciones filosóficas de: Santayana y Splengler, Santis y Lange, Gilson, Croce, Marittain u Ortega y Gasset (Morales, 2017).

Por esta razón, el Manifiesto de las siete artes de 1911 elevó al cine a la categoría del “séptimo arte” (Montiel, 1999). Al respecto, Badiou (como se citó en Caldevilla, 2022) sostiene que “que el cine es un arte y un arte de masas porque se fundamenta en la imagen, que tiene la capacidad de fascinar a todo el mundo” (p. 4).

Según lo antes expuesto, se puede concluir que el cine constituye un espectáculo capaz de crear vínculos, evasión de la realidad e identificarse con personajes u hechos específicos. Su impronta es ser parte del proceso de formación y transformación de identidades colectivas o individuales, que a su vez son elementos socializadores de información.

El séptimo arte, como medio de comunicación

El cine tiene un vínculo estrecho con la naturaleza humana, son respuesta del instinto del creador de comunicar y expresar algo, es decir, desempeña un papel mediador y motor de la comunicación. También puede atribuirse el mérito de herramienta capaz de cambiar o educar la sociedad.

Benet (2004) establece un círculo completo al que denomina el Círculo de la comunicación que comienza con el cineasta (emisor), sigue con la película (mensaje connotado), continua con el espectador (receptor) y la sociedad (contexto) para terminar de nuevo en el cineasta en una especie de retroalimentación intercomunicado. Este sistema de comunicación cobra un sentido amplio, cuando se lo entiende en cuanto medio de expresión de una cultura popular, pues toda cultura transmitida por un medio de comunicación se convierte en cultura popular.

En otro orden, autores como Ian Jarvie, Andrew Tudor, Garth Jowett y James M. Linton que coinciden en recalcar la relevancia del cine como institución social y consideran a la práctica cinematográfica como un proceso comunicativo que sucede en un determinado contexto y de acuerdo con las experiencias culturales de los individuos, lo cual influye en la configuración de comportamientos sociales e individuales (Aguirre, 2018).

Jarvie (como se citó en Aguirre, 2018) concibe el cine como

Un medio de comunicación social de categoría artística, el primero, entre los medios de comunicación desarrollados en este siglo en madurar como forma de arte, que ha adquirido la consideración de fenómeno social gracias a su alcance e influencia. Dicho autor considera que para comprender la relevancia que se le otorga al cine a la comunicación, se debe mencionar las funciones comunicacionales del cine como medio de comunicación. Serían las de promover el entretenimiento, formar ideas o actitudes, o ambas cosas a un tiempo. (2018, p.13)

Por su parte, Leigh (como se citó en Morales, 2017) considera que “el cine promueve el desarrollo de habilidades sociales, predispone a la reflexión y el análisis crítico. Desde una perspectiva más amplia y, tratándose de una producción cultural, contribuye a la formación en valores y a la inteligencia ética” (p. 28).

En criterio de Kohan (como se citó en Caldevilla, 2022) considera que,

El cine formula preguntas que permiten conectar desde nuevas perspectivas con uno mismo, una película pone en movimiento historias personales, recuerdos, necesidades, deseos, abre puertas que tal vez habrían permanecido cerradas sin esa película, puede ser una guía vital. (p. 3)

La autora del presente artículo, considera al cine como un medio de comunicación masivo, que contiene una serie de elementos y símbolos que permiten la lectura e interpretación de diferentes lenguajes. Es una de las vías que refleja costumbres, comportamiento de la sociedad, adaptación de estereotipos o rupturas con los mismos. El cine es una fuerte herramienta de comunicación y que por años ha ubicado a la

sociedad a creencias de algo que muchas veces no podemos ver y solo el cine nos muestra.

El cine, al ser difusor de valores que influyen en receptores, llamados espectadores, refleja una visión de la realidad social diferente, por lo que cuenta con el poder de manipular las percepciones. Los contenidos, símbolos, mensajes y lenguaje que el productor o emisor utilice tendrá mayor o menor influencia en el individuo y la sociedad. Sobre este aspecto, David Puttnam (citado por Codina, 2001), productor y gestor comunicacional británico, refiere que el cine es, ante todo y por su misma naturaleza, “un medio de comunicación social; concretamente, aquel que ejerce una influencia más directa y decisiva sobre el individuo y la sociedad” (p. 134).

Por lo general, las historias que difunde el cine, nos resulta familiar y es precisamente la intención es transmitir experiencias de situaciones cotidianas desde diferentes formas de expresión que pueden ser racionales, de ficción y emocionales, en este caso es el receptor (espectador) quien decide que como usar la información recibida. El medio se encarga de la comunicación, de forma atractiva, de la intención del creador y del contexto en que se desenvuelve, convirtiéndose en un producto cultural y comunicativo dirigido a decodificarse según las referencias culturales del espectador, con un marcado interés en resaltar un contexto o aspecto de cualquier ámbito, social, político, cultural, entre otros.

Su estructura audiovisual-narrativa y la masa como sujeto de consumo, adquiere su eficacia en la difusión. Resulta ser un transmisor del conocimiento, de forma eficaz y masiva, pues las imágenes trascienden más que las palabras. Además, constituye un registro de las culturas de diferentes naciones, que permite interpretar contenidos sobre las concepciones colectivas. Recrea la realidad, o manipula la misma para incidir en la opinión pública. Representa en forma de espectáculo hechos reales o la crítica de procesos relacionados con cualquier ámbito de la sociedad y contexto determinado.

Conclusiones

El desarrollo del hombre vinculado a las tecnologías y la intención de comunicar de forma inmediata, así como hacer prevalecer sus ideas, pensamientos y costumbres y cultura, permitió el nacimiento de los medios de comunicación masiva. Específicamente, la elección del séptimo arte (cine), por la importancia que reviste para la evolución de la humanidad, la comunicación, y la sociedad de forma general.

El cine es una interpretación seleccionada de la realidad que, además de entretener y evadir, puede ser un elemento que apunte o desconstruya ideas, estereotipos, mitos, prejuicios. La eficacia educativa es relevante, ya que está comprobado que la mente humana retiene mucho más la imagen que cualquier otro signo de comunicación. Por tanto, puede ser una herramienta capaz de cambiar la manera de actuar y pensar de las personas.

Desde su nacimiento, este medio de comunicación ha sido utilizado como arma de homogeneización y enajenación, al imponer valores y símbolos estéticos que cumplen intereses comerciales y mueven la manipulación del producto final. El cine favorece el desarrollo, mantenimiento o eliminación de creencias, las cuales son aceptadas o no socialmente. Influye en la formación de la identidad social e individual de las personas, al generar modelos de comportamientos que reflejan la cultura de la sociedad en la que se forma y transforma el individuo. Su función es recrear, expresar y proyectar los componentes principales de la actividad y la condición de entender y de proceder.

Referencias

- Aguirre, N. (2018). Abordaje teórico del proceso comunicacional asociado al cine. *ConCiencias Sociales*, 10(18) 7-15. <https://docplayer.es/72442466-Universidad-tecnica-particular-de-loja-la-universidad-catolica-de-loja-area-socio-humanistica.html>
- Benet, J. (2004). *La cultura del cine. Introducción a la historia y la estética del cine*. Ediciones Paidós Ibérica.
- Caldevilla, D. (2022). La científicidad en el mensaje del cine: revisión sistemática. Bibliotecas. *Anales de Investigación*, 18(2), 1-13. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/8611210.pdf>
- Codina, M. (2001). *De la ética desprotegida. Ensayos sobre una deontología de la Comunicación*. Pamplona, Universidad de Navarra.
- López, M. C., López, M. A. y López, L. (2012). Cultura y Comunicación: una relación compleja. *Contribuciones a las Ciencias Sociales* (marzo). <https://www.eumed.net/rev/cccscs/19/hah.pdf>
- Martín, J. (1993). *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. Gustavo Gili.
- Martín, J. (2003). Comunicación y cultura: una relación compleja. En R. Portal Moreno, Recio Silva (comp) *Comunicación y comunidad*. Félix Varela.
- Montiel, A. (1999). *Teorías del cine. El reino de las sombras*. Montesinos.
- Meléndez, S. (2023). El cine en casa: medio de comunicación y herramienta eficaz para la enseñanza. *Revista Internacional de Cultura Visual. Review*, 2-9. doi.org/10.37467/revvisual.v10.4579
- Meléndez, S. (2020). La importancia de la práctica en la formación de enfermería en tiempos de Covid-19: experiencias de alumnos. *Revista Dilemas Contemporáneos*, 8(4), 1-14. <https://www.dilemascontemporaneoseducacionpoliticayvalores.com>

-
- Mora, J. C. (2017). El cine documental 'radical' y la construcción de historias subalternas. Reflexiones en torno al film "Sabino Vive, las últimas fronteras". *Revista Noesis de Ciencias Sociales y Humanidades*, 26(51), 58-83. doi.org/10.20983/noesis.2017.1.4.
- Morales, B. (2017). El cine como medio de comunicación social, luces y sombras desde la perspectiva de género. *Fonseca, Journal of Communication*, (15), 27-42. <https://revistas.usal.es/cuatro/index.php/2172-9077/article/view/fjc2017152742>
- Ruiz, R. (2013). *Poéticas del cine*. Ediciones Universidad Diego Portales.
- Stein, E. (1989). Entre el Silencio y el Grito. *Revista Eca* (oct-nov), 21-30. Univ. Centro Americana. San Salvador.

Conflicto de intereses: Los autores declaran no tener conflictos de intereses.

Contribución de los autores: Los autores participaron en la búsqueda y análisis de la información para el artículo, así como en su diseño y redacción.