

Ficha bibliográfica: Pardo, A. (2001). El cine como medio de comunicación social y la responsabilidad social del cineasta. En Codina, Mónica (ed.), *La ética desprotegida: ensayos sobre deontología de la comunicación*. Pamplona: Eunsa. pp. 117-141.

Disciplina de conocimiento: Sociología. Psicología.

Objetivo del texto: El autor pretende analizar una dimensión de la producción audiovisual, más específicamente del cine, como medio de comunicación visual, pero a su vez como configurador de actitudes y comportamientos, teniendo en cuenta la responsabilidad social de los cineastas.

Principales hipótesis: Considerar el cine -como producción de ficción audiovisual- a partir de expresiones artísticas, pero también como una actividad industrial sujeta a leyes comerciales y medios de difusión de ideas, y como este ha conformado comportamientos e identidades.

Conceptos: Ficción audiovisual. Paradigma cultural. Socialización. Deontología.

Aspectos metodológicos: El autor recurre a una revisión de bibliografía acerca del cine desde las ciencias sociales, poniendo en discusión algunas posturas teóricas, para luego sintetizar su planteamiento.

Resumen:

Partiendo de la definición de *ficción audiovisual* como toda expresión narrativa que se sirve de imágenes y sonidos para contar algo, se refuerza el papel del cine en la historia humana. Las múltiples dimensiones que abarca el cine (económica, artística, comunicativa, industria del entretenimiento, etc.) solo pueden ser entendidas en su totalidad a partir de la comprensión integral de todas ellas. Para Pardo, el cine sería entonces *arte, medio de comunicación e industria*. En cualquier caso, los sujetos encargados de materializar dichas obras poseen una serie de responsabilidades con la sociedad. De acuerdo con esto el autor se centra en la dimensión comunicativa del cine en tanto es una herramienta de transmisión cultural que puede ser considerado como una manifestación cultural y social que, desde un punto de vista psicológico o sociológico, ha contribuido a configurar ciertos patrones de comportamiento.

Hacia la década de los 70' surge toda una corriente en las ciencias sociales que concibe al cine como institución social que a partir de un proceso comunicativo enmarcado en un contexto sociocultural determinado logra ejercer gran influencia en los individuos y la sociedad. En términos de función, el cine cumpliría entonces con las funciones de: *socialización*, al mostrar un "mapa" cultural que permite interpretar el mundo, y de *legitimación*, justificando actos e ideas. En este sentido, el cine, como agente social, es capaz de reflejar y a su vez moldear mentalidades y comportamientos, reafirmando creencias, actitudes y valores, afectando a la conciencia individual y, por su efecto de masas, también a la conciencia social.

Desde una perspectiva sociológica, el cine ha funcionado como configurador de una serie de valores socialmente compartidos. La magnitud de este fenómeno es indudable y para evidenciarlo Pardo se remite a varios ejemplos que ilustran el impacto cultural que el cine ha tenido en la historia desde el siglo XX a tal punto de llegar a considerarse como otro agente más de la *socialización primaria*. Complementariamente, el cine ha transmitido actitudes sociales y formas de conducta específicas. La función socializadora del cine, entonces, responde a un proceso que incluye la acción universalizadora de los contenidos dramáticos, lo que da lugar a un imaginario social y cultural idéntico, y también la homogeneización de un público heterogéneo. Claramente en este proceso influye directamente las dinámicas globalizadoras del capital.

Desde la perspectiva psicológica el cine funciona como configurador de valores de la conciencia individual al ofrecer una viva representación visual de sentimientos y emociones generando identificaciones que son buscadas por los espectadores. La experiencia del cine apela a lo subjetivo y emocional forjando ideas y fomentando actitudes al interpelar a los espectadores que sin duda son influenciados psicológicamente dada su gran capacidad sugestiva.

De acuerdo a lo anterior, el autor reafirma su hipótesis de considerar al cine como espejo y moldeador de la realidad social al analizar su influencia colectiva e individual. Si bien el cine toma elementos de la realidad para desenvolver su trama, así mismo es capaz de crear modelos de conducta y patrones culturales que al ser socialmente transmitidos, son asumidos en algún grado de forma colectiva y psicológica, formando estereotipos y consolidando otras realidades. En este punto Pardo nos recuerda el poder y la efectividad de la ficción audiovisual en la sociedad contemporánea, en donde relatos como el cine son capaces de materializar la cultura, reproduciendo las manifestaciones culturales que se

tornan como parte de la cultura popular. Esta situación es claramente aprovechada en términos políticos en donde la ideología dominante coloniza culturalmente como lo ha hecho el cine de Hollywood, *americanizando* al mundo.

¿Hasta qué punto el cine altera el modo en que percibimos el mundo que nos rodea? y ¿Qué efectos tiene esto sobre la cultura? Estas preguntas aún siguen abiertas y por lo tanto es necesario seguir indagando por la repercusión social y cultural de los cineastas y la industria del cine. Desde la deontología, el autor explica cómo el cineasta debe hacer un uso legítimo de la capacidad moldeadora del cine teniendo en cuenta que este configura actitudes y mentalidades sociales. Los cineastas, entonces, deberían realizar un compromiso ético que se puede resumir en: la utilización del cine como factor de socialización y culturización; el tratamiento de temas complejos y socialmente polémicos; el equilibrio entre entretenimiento y reflexión; y la necesidad de una autorregulación profesional

Palabras clave: Cine, Sociedad, Ética, Responsabilidad social, Comunicación Audiovisual.

Elaborado por: Javier David Galvis. Estudiante de Sociología. Universidad Nacional de Colombia.