

mica lo obliga a desarrollarse y a permanecer atento a los intereses reales de poder y de preeminencia económica. El poder burocrático mantiene de hecho la situación del Estado clasista, y le imprime a esta situación su propio sello burocrático, burocratizando para sí en tanto clase, todo el aparato económico-político que mantiene la situación del Estado nacional y la circunstancia económica del mercado dual semi-protégido.

Este es el aporte más sustancial de la obra y, en consecuencia, la obra misma es una obra abierta. Quiere decir, un libro sin desenlace conclusivo, ya que las raíces del futuro pertenecen a la situación viva y al pasado de su promoción histórica. No existe punto final concluyente, sino una elaboración que mantiene su vigencia en tanto la experiencia misma de su producción. Leal sostiene como autor esta misma evidencia, dejando como capítulo final las notas preliminares de una etapa posterior que aún debe examinarse y reanalizarse. Para nosotros esto es un buen motivo intelectual, un buen estímulo, para recomendar su lectura.

José Alberto Ocampo Ledesma

MARTIN, Marcel. *La estética de la expresión cinematográfica*, Madrid, Ediciones RIALP, 1962, 268 pp.

El mérito fundamental de Marcel Martin, es haber sabido volcar en su libro *La estética de la expresión cinematográfica*, sus amplios conocimientos y pasión por las artes visuales, en un estilo directo y narrativo que provoca el interés, a través de su lectura, no sólo del artesano que busca enriquecer su preparación, sino también —y tal vez sea lo primordial— del aficionado que indaga al encuentro de un dato que pueda satisfacer sus curiosidades en el campo del cine.

Al decir de Carlos Fernández Cuenca, que nos adentra en el tema con un interesante prólogo, la obra de Martin es una "incitación a la estética cinematográfica".

Creo que de esta acertada afirmación debemos partir para comprender el enfoque que el autor desea dar sobre su teoría del lenguaje cinematográfico como arte visual. Es así como inicia su obra con una afirmación que se yergue altanera en defensa del cine y su relación con el arte, contrariando las palabras que Andrés Malraux vierte en su ensayo sobre la psicología del cine: "Además de todo esto, el cine es una industria".

Martin afirma que, si bien el cine ha nacido —como la fotografía y la radio— de técnicas modernas, esta juventud no tiene por qué ser óbice para su carácter artístico, pues si partimos de esta falsa premisa, la máquina de escribir obstaculizaría al escritor su tarea de plasmar en el papel el alma de sus palabras. Hablo de alma por tomar las mismas palabras de Martin, pues aclara que no son las imágenes las que confluyen a crear una obra de arte cinematográfica, sino el alma de las imágenes, como el alma de las palabras crean la obra de arte literaria. Y luego recalca: "el carácter in-

dustrial, en sentido estricto, de la construcción de las catedrales, no ha sido nunca un obstáculo para su elevación hacia la belleza".

Cerrado este paréntesis, entra de lleno a esbozar las características del lenguaje cinematográfico, no sin antes recurrir a diversas opiniones sobre si el cine propiamente se puede llamar lenguaje, o si tal vez más correcto sería darle el nombre de medio de expresión. Nuevamente en este punto se suscitan controvertidas opiniones, ya que Jean Cocteau habla de "un film como una escritura en imágenes", y Jean Epstein —por citar sólo dos autores— se refiere al cine como "la lengua universal". Sin embargo, desde una posición más escéptica, Cohen-Seat puntualiza que el cine aún no ha superado la edad de las armonías imitativas, y concluye que "lo consideramos más bien como una forma de lenguaje no evolucionado, insertándose en una civilización avanzada, y que puede ser capaz, por consecuencia, de aportar un camino de evolución original".

Luego de una serie de reflexiones al respecto, Martin precisa que el lenguaje es un producto social que tiene por fin la comunicación, siendo ésta a la vez su causa. Desde este punto de vista, el cine se convierte en lenguaje, ya que comparándolo con el lenguaje hablado, relaciona la palabra —signo con la imagen— idea que, por supuesto, también se convierte en signo. Esta relación sirve a Martin para establecer la diferencia básica entre el lenguaje hablado y el lenguaje cinematográfico: el primero es un "sistema de signos intencionales", el segundo un "sistema de signos naturales, pero elegidos y ordenados intencionalmente".

Estos planteamientos los explica afirmando que "las palabras terminan, por continua degradación, por no ser más que simples formas perfectamente vacías o al menos abiertas a todos los contenidos, tan varias son las acepciones que pueden adquirir en los diversos individuos". "Contrariamente, la imagen filmica —continúa Martin— es perfectamente precisa y unívoca, al menos en lo que representa, aunque no en las prolongaciones ideológicas que implica en cada espectador. Está claro —concluye— que el lenguaje cinematográfico, fundado en la imagen-idea, es mucho menos equívoco que el lenguaje hablado y recuerda por su rigor el lenguaje matemático."

Estableciendo estos conceptos a manera de introducción, Marcel Martin esboza aquí, en forma culta e inteligente, su pensamiento y teoría sobre el lenguaje cinematográfico. No por nada el título original en francés es *Le Langage Cinématographique*.

Desde el primer capítulo inicia una ágil descripción y explicación de los elementos que contribuirán a la creación de la expresividad de la imagen filmica. Adopta, como mencionábamos anteriormente, una posición estética, de expresión, de lenguaje, y no una mera actitud técnica o descriptiva de los elementos constitutivos del arte cinematográfico.

Así, cuando nos hable de un primer plano no se va a referir a la distancia que media entre el personaje y la cámara, sino al sentido psicológico que ese primer plano puede cobrar en una determinada imagen en su relación con las contiguas. Cuando explica la importancia de las luces como segundo elemento creador de la expresividad de la imagen, ubica el fenómeno luminoso dentro de su aportación a la at-

mósfera dramática deseada por el realizador y su contribución como efecto estético.

Al referirse al vestuario y decorados, como elementos últimos que participan en la creación de la expresividad de la imagen, establece una comparación muy atinada entre el cine y el teatro, pues permite al lector una relación más acabada de estos elementos dentro de estas dos artes interpretativas: si bien el vestuario en el teatro es poco realista, "todos los vestidos en la pantalla son significativos, pues despersonalizan al actor y crean al protagonista".

Igualmente, explica Martin, estas características se dan en el caso del decorado: "en cine es más 'realista', contribuye a crear la atmósfera psicológica, mientras que en el teatro es mucho más esquemático".

Uno de los temas que Martin analiza con mayor detenimiento se refiere a las figuras del lenguaje cinematográfico, pues las elipsis, metáforas y símbolos constituyen su característica más importante y lo hacen claramente identificable.

Como medio audiovisual, Marcel Martin dedica un capítulo bastante extenso al fenómeno sonoro, pues "el sonido forma parte indisoluble de la naturaleza profunda del cine, ya que está necesariamente en movimiento, como la imagen cinematográfica. En efecto, no se puede concebir un 'instante' sonoro".

Con este concepto establece claramente la diferencia con la imagen fotográfica y el escaso interés que presentan el color y el relieve con respecto al sonido.

Luego de establecer los diversos tipos de montaje, Martin dedica dos capítulos más o menos extensos para referirse a la importancia del tiempo y del espacio como dimensiones inmersas en el arte cinematográfico y como elementos constitutivos dentro de su estética.

El autor finaliza su obra con una atinada conclusión en la que sintetiza su pensamiento sobre el cine y la obra cinematográfica y busca —partiendo de citas de varios autores— esbozar una definición de lo que sería el arte del cine: "el séptimo arte, mejor que ningún otro, porque es el más idóneo para 'dar a ver', podrá ser el prestigioso medio de conocimiento a que le destina su naturaleza del arte de la masa: conocimiento del mundo y comunión interhumana."

Hugo Murialdo L.
Comisión de Nuevos Métodos de Enseñanza

MATTELART, Armand. *La cultura como empresa multinacional*, México, Editorial Serie Popular Era, 1974, 177 pp.

El libro es una versión corregida de un artículo que apareció en la revista *Casa de las Américas*. El autor proviene que la preocupación central que preside su libro "nace de la necesidad que ha experimentado de hacer escapar las discusiones sobre la cultura de masas a una esfera culturalista y de reconectar los productos llamados culturales con el sistema que provee de inspiración a sus fabricantes y hace posible su manufactura".

La obra se inicia disertando sobre la omnipotencia de las compañías multinacionales y su relación con la cultura de

masas. Pero esta disertación no se circunscribe a meras elucubraciones dogmáticas o subjetivas, sino que va más allá, utilizando un instrumento convincente: los datos concretos, información precisa y real, así como cifras estadísticas. La información (a veces abrumadora) tiene como objeto probar que "los nuevos dueños de la cultura son las grandes corporaciones transnacionales que desde hace años están reconvirtiéndose volcando al campo civil el gigantesco arsenal tecnológico de telecomunicaciones surgido, en línea directa, de los modelos de la guerra electrónica".

Después de referir con ejemplos que confirman las aseveraciones anteriores, Mattelart, a través de las cifras, da a la publicidad cómo los grandes consorcios invaden —materialmente— a los países del mundo, generando, fatalmente, una cultura de masas supeditada a las prioridades de la defensa de los países ricos, repercutiendo en modelos de agresión ideológica y, por ende, susceptible de incidir directamente en los modos de penetración masiva del imperialismo. Esto es, "lo que se ha aprendido al satisfacer las necesidades de la defensa y del espacio de la nación, se utiliza ahora para satisfacer las necesidades sociales del hombre. Por ejemplo, los conocimientos para manejar las informaciones que ayudan a seguir el latido de un corazón en la luna, ahora sirven también a la policía para reforzar nuestras leyes" (anuncio publicitario de la Federal Systems Division de la IBM aparecido en la revista *Aviation Week and Space Technology*, del 9 de octubre de 1972 y acompañado de la fotografía de un policía manejando aparatos electrónicos de alta tecnología para reprimir la delincuencia). Esto conduce a concluir que productos para la aviación y la guerra son aplicados más tarde por los aparatos civiles de represión.

El prurito de Mattelart de insertar tablas, cifras y datos, tiene un fin bien concreto; que empresas como "Westinghouse, convencidas de que la radio y la televisión deben asumir un papel y una responsabilidad crecientes, particularmente en el campo del periodismo y de la educación, han auspiciado programas de televisión que tratan de la cultura negra, las cárceles, la contaminación del ambiente, las instituciones mentales y el Welfare".

El hecho es que, con el objeto de reforzar a las tradicionales empresas de cultura de masas: cadenas de TV, estudios cinematográficos, consorcios periodísticos, las prepotentes multinacionales electrónicas, espaciales, etcétera, se han asociado en una relación simbiótica para cambiar, sustancialmente, la estructura del poder en la producción de la actual cultura de masas. Esta intervención tiende a "convertir a la industria cultural en 'subsidiaria' del departamento de relaciones públicas de las grandes corporaciones" que se ponen al servicio de una causa política definida: la consolidación del imperialismo norteamericano.

El cúmulo de información proporcionada sirve para conocer que no basta con yuxtaponer votos para hacer una democracia si ésta al final de cuentas está en contra de los intereses del capital norteamericano y similares. En fin, el propósito del autor es apartarse de un enfoque superestructuralista de la llamada cultura de masas para reencontrarla en la maquinaria que la fabrica y le permite su expresión.

El meollo de la situación actual por el poder, ya no es