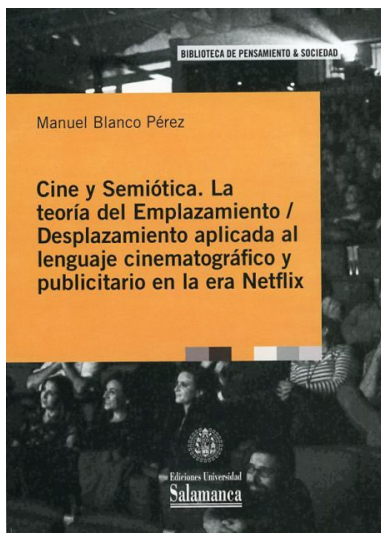


RESEÑAS



Cine y Semiótica. La teoría del Emplazamiento/ Desplazamiento aplicada al lenguaje cinematográfico y publicitario de la era Netflix

Manuel Blanco Pérez Año: 2020

Lugar: Salamanca

Editorial: Ediciones Universidad de Salamanca

Páginas: 152

ISBN: 9788413113326

Cine y semiótica transdiscursiva en el contexto digital

La semiótica siempre ha estado indeliblemente unida al área de influencia de las ciencias de la comunicación y la teoría de la información periodística, por esa razón la metodología de investigación cualitativa y el modelo de análisis semiótico siempre han establecido el marco de trabajo más popular entre los estudiosos de la creación audiovisual y la historia del cine. Este libro constituye la parte final de una larga secuencia de investigación, que se remonta a la fase de elaboración de la tesis doctoral de Manuel Blanco Pérez¹. *Cine y Semiótica. La teoría del Emplazamiento/Desplazamiento aplicada al lenguaje cinematográfico y publicitario en la era Netflix* es una investigación que pretende establecer una síntesis teórica de la semiótica transdiscursiva actual, para comprender el contexto

¹ Se licenció en el programa de Filología Hispánica y se doctoró en el programa de Literatura y Comunicación en la Universidad de Sevilla. Ha impartido asignaturas de ciencias de la comunicación, filología e historia lingüística en la Universidad de Sevilla y en la Universidad de Huelva. Actualmente, es miembro de la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación de la Universidad de Cádiz. De su larga lista de publicaciones científicas destaca su *Manual de Tecnología para la Comunicación Audiovisual y Publicitaria: de la cámara al drone* (Salamanca: 2019).

tecnológico, en el que brotan las creaciones transmediáticas concebidas para soportes y canales digitales.

La publicación se estructura a través de nueve capítulos, entre los que se incluye un apartado introductorio, los desarrollos temáticos y las referencias bibliográficas. El prólogo está realizado por Manuel Ángel Vázquez Medel, catedrático de la Universidad de Sevilla y vicepresidente de la Asociación Española de Semiótica. Los temas principales de la investigación se conforman a través de cinco aspectos básicos: 1.) El hecho cinematográfico, las motivaciones de la creación cinematográfica y las derivaciones de ambos; 2.) Los fundamentos analíticos de la Teoría del Emplazamiento / Desplazamiento; 3.) La creación cinematográfica como manifestación socio-cultural; 4.) Los condicionantes del proceso de creación cinematográfica: espacial, temporal e individual; y, finalmente, 5.) La preocupación por las dinámicas de producción, circulación y recepción de significados.

Metodológicamente, la semiótica, como Teoría Crítica de la Cultura, hace hincapié en el análisis del significado y el sentido de la creación cinematográfica. En la misma línea, la semiótica hace un gran esfuerzo argumentativo e interpretativo por delimitar y conceptualizar las dinámicas complejas que intervienen en el proceso de planificación de la creación cinematográfica. Procedimentalmente, estos aspectos teóricos constituyen dos de los elementos más transversales de toda la publicación. El autor no tiene ningún reparo en incorporar gran cantidad de citas de otros teóricos de la semiología, lo que enriquece profusamente la publicación. El apartado de fuentes bibliográficas y la multitud de apuntes teóricos de este libro podrían resultar de interés para jóvenes investigadores especializados en el cine y la producción audiovisual.

En el primer capítulo, “Introducción. La semiótica y el cine. Principios teóricos”, se hace una descripción general de la Teoría del Emplazamiento / Desplazamiento, formulada con mucho éxito en las aulas de la Facultad de Filología de la Universidad de Sevilla, por el profesor Manuel Ángel Vázquez Medel (autor del prólogo de la presente obra). Estos planteamientos teóricos son presentados como la consecuencia de un proceso de investigación multidisciplinar, que se nutre a partes iguales de los campos de las humanidades y de las ciencias sociales. Dicha teoría se levanta sobre los conceptos de la otredad, el neologismo, la dualidad y la asimetría, es decir, sobre la contextualización histórica los acontecimientos, la adecuación conductual del individuo y la interpretación polimorfa de la realidad social en el proceso de narración audiovisual.

Muchas corrientes teóricas de la semiótica consideran que el posicionamiento del espectador, ante los contenidos cinematográficos, es fundamental para analizar el mensaje y el proceso comunicativo. El autor afirma que: “[...] El concepto de sociedad líquida inserta en la hipermodernidad porta una noción de simulacro que ‘ha llegado a suplantarse plenamente aquello a lo que refiere’ [...] Y como consecuencia del hipermodernismo ‘ha comenzado la Transhumanización. Somos criaturas que no solo pertenecemos a un entorno biológico-material y a un entorno simbólico-social, sino a un complejo tercer entorno tecno-maquínico’ [...]” (página 30). El cine es el caso de estudio fundamental, pero estas apreciaciones se

pueden extrapolar a la programación lineal de la televisión, desde principios de los años 2000. El ritmo de proliferación de las pantallas de *streaming* está condicionando el diseño estratégico de los contenidos televisivos, pero este tipo de transformaciones no lograrán que la televisión lineal pierda importancia. “El emplazamiento del espectador en el cine” es el título del segundo capítulo.

El tercer capítulo, “El evento cinematográfico como simulacro”, expone desde diferentes planteamientos teóricos que los resultados de una grabación cinematográfica no representan a la realidad de forma completa y literal. La representación fidedigna no existe para la mayoría de los teóricos, pero si hay una descripción consensuada del relato cinematográfico: 1.) Un relato tiene un inicio y un final; 2.) Un relato es una secuencia doblemente temporal; 3.) Toda narración es un discurso; 4.) La percepción del relato “irrealiza” la cosa narrada; 5.) Un relato es un conjunto de acontecimientos. Un proyecto cinematográfico, como simulacro en sí mismo, permite al público un mayor acercamiento a la percepción multidimensional y plurisensorial. En el contexto digital actual, la creación de grandes bases de datos permite crear perfiles de preferencias de consumo cinematográfico para cada usuario-consumidor.

“Niveles *plécticos* en el emplazamiento del espectador” (cuarto capítulo) crea un compartimento temático estanco, lleno de elementos descriptivos y comparativos, para intentar determinar las actitudes del espectador ante el mensaje cinematográfico. En estas páginas también se intenta delimitar la significación de las interacciones del usuario-consumidor, durante el proceso de selección y visualización de los productos cinematográficos. El autor utiliza una cita del profesor Zuzunegui que sintetiza claramente la esencia de este capítulo: “[...] De esta forma, admitiendo la dificultad de identificar el estilo, se abre la posibilidad de poner el acento en las cuestiones que lo conforman. Cuestiones que se combinarán de manera desigual en uno y otro filme en función de los avatares de producción [...] El cineasta, como el héroe mítico, presenta mil caras, por más que en no pocos de estos rostros pueda rastrearse la presencia de rasgos recurrentes. [...]” (páginas 58).

“Los elementos visuales y fílmicos como agentes catalizadores” (capítulo quinto) son, posiblemente, una de las parcelas temáticas más tratadas por parte de la semiótica. La construcción cromática de las imágenes en movimiento es una de las partes más creativas para los creadores cinematográficos y, consiguientemente, el resultado de esa construcción cromática es una de las más destacadas fuentes de sugestión emocional y evocación sensorial del usuario-consumidor. En palabras del autor: “[...] La dimensión sensorial, la capacidad de la sutil sugerencia, tiene la colorimetría y su evocadora abstracción uno de los recursos más básicos del cine y no circunscrito exclusivamente al ámbito del acabado o la estética. [...]” (página 61). El caso concreto de Netflix se presenta como modelo en este sentido, ya que sus órganos de planificación llevan a cabo una gran labor de edición en materia cromática, basándose en principios teóricos definidos, para tratar de configurar una estrategia corporativa muy definida. La reconversión digital de la producción fílmica acelera este proceso de especialización cromática, posicionando a la toma, la capa, el plano y la textura en el centro del análisis semiótico. Con la incorporación de los sistemas informáticos al

proceso de postproducción, los ajustes de luz y color propenden cada vez más a la sofisticación.

El sexto capítulo, “La narración visual”, lleva a cabo una importante labor de síntesis, para abordar los diferentes factores que inciden sobre el proceso de narración visual en el mundo de la creación cinematográfica. En los diferentes epígrafes del capítulo, se deja bastante claro que el espacio, el tiempo y el discurso son los elementos referenciales para el análisis y la interpretación del proceso de narración visual. El espacio es uno de los componentes más destacables del proceso narrativo, porque se posiciona como espacio de desenvolvimiento y desarrollo en todo momento, mientras que la secuencia narrativa se nutre de diversas ramas expresivas. El tiempo se presenta como una abstracción inexorable, difícil de representar, que tiene que ser codificada a través de símbolos y circunstancias. El discurso suele ser ambiguo, complejo y abierto. Mayoritaria y esencialmente, la base del discurso audiovisual suele ser la imagen.

“El sonido en el nuevo cine digital *streaming* desde una perspectiva del Emplazamiento” (capítulo séptimo) y “Nuevo cine para nuevo tiempo. El *streaming* es la nueva sala” (capítulo octavo) componen las últimas páginas del cuerpo de la publicación. En ambos espacios se hace un repaso a los principales aportes teóricos sobre la transformación tecnológica audiovisual, las tendencias en el consumo de productos audiovisuales y los nuevos canales de comercialización cinematográfica. Con los nuevos soportes digitales, la construcción de la banda sonora de una película cinematográfica o programa televisivo se convierte un proceso creativo complejo y escalonado, que requiere una cuidadosa planificación y una posterior adecuación secuencial. Respecto al modelo *streaming*, las posibilidades de almacenamiento y difusión se multiplican ampliamente, del mismo modo lo hacen las formas de comercialización y consumo. Este contexto surgido de la nueva frontera digital, desde el punto de vista del autor, tiene una amplia repercusión sobre los objetos de investigación en ciencias de la comunicación, especialmente entre los académicos vinculados al método y el marco teórico de la semiótica audiovisual.

Jose Antonio Abreu. Doctor por la Universidad de Alcalá.