

"FORGET YOUR TROUBLES AND BE HAPPY": UNA APROXIMACIÓN ETNOGRÁFICA A LA IDEOLOGÍA DEL ENTRETENIMIENTO EN EL CINE ESTADOUNIDENSE CONTEMPORÁNEO

Celestino Deleyto, Chantal Cornut-Gentile D'Arcy, Luis Miguel García Mainar, Virginia Luzón, Monica Stacconi, Juan A. Tarancón, María del Mar Azcona

Universidad de Zaragoza

Traditional ideological approaches to mainstream cinema tend to see audiences as universally passive and acquiescent with the messages the films thrust at them, but recent reception studies find a much greater variety in spectators' responses to individual texts and genres. In order to explore the ways in which "real Spanish spectators" respond to the ideology of recent Hollywood fare we have set up an ethnographic method of enquiry adapted to our own needs. This article presents the first results of our field research. Our provisional conclusion suggests that spectators are often wary of the ideology of the Hollywood films they consume but remain largely oblivious to the specific ways in which that ideology works.

1. LA IDEOLOGÍA DEL ENTRETENIMIENTO

En uno de los más influyentes análisis del cine hollywoodiense de la época de Reagan, Andrew Britton utiliza la frase "ideología del entretenimiento" para referirse al tipo de relación con el espectador propuesta por el cine de la década de los ochenta, partiendo de la idea de que la realidad es intolerable y que, en vez de intentar transformarla o, al menos, analizarla, lo que hay que hacer es huir de ella hacia los mundos fantásticos e irreales inventados por los textos cinematográficos (1986: 4). Estos textos se declaran a la vez maravillosos e insignificantes. Para Britton, este discurso trata, por una parte, de enmascarar la trascendencia social que pueden tener los temas tratados, argumentando que el cine es simplemente un entretenimiento inocente y, por otra, de promover la idea de que la actual estructura social, pese a sus injusticias y contradicciones, es la única viable, un discurso que el capitalismo tardío ha transmitido con éxito y de manera machacona a través de todo tipo de productos culturales.

La teoría de Britton forma parte de una larga tradición de crítica ideológica del cine de Hollywood que se remonta al menos al famoso artículo de Jean-Louis

ATLANTIS
Vol. XXIV Núm. 2 (Diciembre 2002): 59-72.
ISSN 0210-6124

Comolli y Jean Narboni "Cinema/Ideology/Criticism" publicado en *Cahiers du Cinéma* en 1969 (1993). Dentro de esta tradición se enmarcaba, por ejemplo, la llamada aproximación ideológica a la teoría de los géneros cinematográficos. Esta aproximación sostenía que las películas de Hollywood, particularmente las genéricas, películas por lo general monolíticas y estereotipadas, no eran más que instrumentos ideológicos al servicio de la propaganda capitalista de Hollywood (Ryall 1998: 330). Más adelante, autores como Richard Dyer (1981) o Rick Altman (1995) propusieron un modelo más matizado para describir las películas llamadas de "puro entretenimiento" y, en particular, los musicales. Sugieren estos críticos que, tal y como se defendía desde una vertiente mítica de la teoría de géneros, una vez captados los deseos de la audiencia, Hollywood proporcionaba a los espectadores productos de entretenimiento que se amoldaban a sus preferencias. No podía ser de otra forma, puesto que Hollywood es al fin y al cabo una industria. Su cine no es concebido como arte, sino como objeto de consumo, y de ahí que los deseos del público hayan de ser siempre gratificados. Eso sí, la producción cinematográfica es siempre histórica y culturalmente específica y, como todo objeto de consumo, refleja los valores e ideología de la gran mayoría. De esta forma, la producción cinematográfica de Hollywood ha de entenderse como subjetiva y por lo tanto ideológica. Por otra parte, la censura ideológica a la que se ven sometidas las películas hace que el papel que juega el público a la hora de crear historias se vea mermado, a no ser que estemos dispuestos a aceptar al público de Hollywood como una masa monolítica y de pensamiento uniforme, lo cual parece bastante improbable dado el carácter internacional de su distribución.

Richard Dyer en particular ha descrito el "puro entretenimiento" hollywoodiense como utópico, no en el sentido de la Utopía de Tomás Moro, o, por poner un ejemplo cinematográfico reciente, *The Truman Show* (1998), sino en el sentido de que la trama de muchas de las películas de Hollywood es suficientemente reconocible pero definitivamente alejada de la realidad de la gran mayoría de todos nosotros. El entretenimiento ofrece la imagen de un mundo mejor hacia el que huir, o algo que deseamos fervientemente y que nuestra rutina ordinaria es incapaz de proporcionarnos. Robert Ray (1998: 363) también se refiere a esta práctica cuando concluye que las películas de Hollywood "no sólo reflejan, sino que además excluyen la realidad que nos rodea". Es decir, la ideología del entretenimiento en Hollywood se caracteriza por su habilidad para proponer y naturalizar lo que todos esperamos alcanzar, aunque apenas conseguimos, dentro de una sociedad capitalista, ya sea el amor verdadero, la armonía y el orden social y familiar, o la felicidad duradera.

Según apunta Douglas Kellner (1998: 359), la práctica de la censura ideológica hollywoodiense se observa mucho más claramente en tiempos de crisis. Así, Kellner menciona específicamente el ejemplo de la producción cinematográfica durante la Segunda Guerra Mundial y el principio de la Guerra Fría, cuando la unión nacional de intereses debía preservarse a toda costa para impedir que el orden social se desintegrara. Kellner afirma asimismo que las primeras películas de Hollywood jugaron un papel determinante a la hora de "americanizar" e inculcar los valores

dominantes en los inmigrantes (1998: 355). Actualmente, con la creciente globalización de los mercados o de la cultura, así como la "americanización" que muchas naciones han experimentado a través de las películas de Hollywood, entre otros factores, esta aculturación se ha expandido a gran parte del mundo. Aunque la mayoría de las más típicas películas hollywoodienses contemporáneas se conciben como puro entretenimiento, supuestamente sin carga intelectual evidente, no conviene perder de vista la dimensión ideológica, por lo general reaccionaria, que estos productos "triviales" o "superficiales" contienen. Por ejemplo, Kellner (1995: 75) se ha referido a la inmensamente popular y crudamente pro-militarista *Top Gun* (1986) como un *wet dream* reaganita prototípico de los 80. Volvemos así a la teoría defendida por Britton y a la dicotomía entre la superficialidad del entretenimiento y la carga ideológica y propagandística del cine de Hollywood.

2. EL MÉTODO ETNOGRÁFICO

La crítica ideológica coloca al espectador en el centro de su análisis de las películas pero, en su convicción más o menos explícita de la total pasividad e "indefensión" de su posición con respecto a la propaganda con la que es bombardeado, pocas veces se ha preocupado de averiguar sus opiniones al respecto. Con demasiada frecuencia la experiencia transmitida por el crítico o el analista cinematográfico difiere abiertamente de la de la mayoría de los espectadores que semana tras semana se acercan a las salas de cine comercial en todo el mundo. Por ello, y porque el tema de la ideología del cine se relaciona estrechamente con la recepción de las películas, nos planteamos la posibilidad de salir del campo exclusivamente teórico y crítico y recoger datos que pudieran ser relevantes, hablando de cine con gente que no pertenece al mundo académico y que no tiene, por así decirlo, la deformación profesional que nos hace enfrentarnos a una película con la intención de analizarla. No es que neguemos la importancia del papel del crítico y del estudioso del fenómeno cinematográfico, sino que nos parece conveniente concienciarnos también de las opiniones e impresiones de los "espectadores reales" y darles la debida importancia en el discurso crítico. Esto nos llevó a la configuración de un método interdisciplinario que se vale de las herramientas tradicionales en los estudios de cine, como son la teorización sobre los géneros cinematográficos y la ideología, por una parte, y de las ciencias sociales, por otra.

Más concretamente, hemos intentado adaptar las técnicas más usadas de la investigación social a nuestras necesidades que, en este caso, consistían en orientarnos en breve tiempo sobre las motivaciones que empujan a la gente a ir al cine, a ver unas determinadas películas en vez de otras y sobre el poso que éstas dejan, si lo dejan, en los espectadores. Así, en una primera aproximación, nos decidimos por un estudio cualitativo y por el método de la entrevista no estructurada, que proporciona mayor libertad a la iniciativa de la persona interrogada y al encuestador. Ésta consiste en una serie de preguntas abiertas a las que las personas interrogadas responden en sus propios términos en el curso de una conversación. Dentro de la entrevista no estructurada, hemos optado por combinar lo

que se suele definir como *non directive interview* (entrevista no dirigida) con *la focus interview* (entrevista focalizada), por su mejor adecuación a los distintos objetivos que nos proponíamos en las distintas fases de reunión con los informantes especificados más abajo (véanse García Fernando, Ibáñez y Alvira 1987, Ibáñez 1986 y Ander-Egg 1990).

Las entrevistas se realizaron con tres grupos de personas todas ellas residentes en Zaragoza que no se conocían entre sí dentro de cada grupo. El primer grupo (grupo 1) se componía de seis personas de varias ocupaciones, pertenecientes a la clase media y de edades comprendidas entre los veinticinco y cincuenta y seis años. El segundo (grupo 2) lo formaban seis adolescentes, estudiantes de instituto o universitarios de edades comprendidas entre 16 y 20 años. Por último, el tercer grupo (grupo 3) lo constituyeron entre seis y siete jóvenes de entre 12 y 13 años. Cada grupo se reunió en dos o más sesiones de una hora cada una. Para la primera sesión utilizamos la entrevista no dirigida, es decir, dejamos que los informantes hablaran libremente y expresaran sus opiniones sobre el tema, dejando que empezaran por donde quisieran, pero dejando claro que nos interesaba el cine de Hollywood en concreto. Después de valorar los resultados de la primera reunión y localizar los temas que para nosotros eran de mayor interés, elaboramos una lista de preguntas. Pasamos entonces, en sucesivas reuniones, al método de la entrevista focalizada, en la cual se alentó a los informantes a hablar libremente pero de forma más guiada sobre los asuntos y las preguntas que habíamos preparado previamente, a partir de sus propias impresiones en la primera sesión. Gracias a estos métodos, que proporcionan una atmósfera relativamente distendida y de confianza, conseguimos que los informantes hablaran con la menor influencia posible por nuestra parte y expresaran sus ideas de la manera más cercana a cómo lo harían en una situación social cotidiana. El material obtenido, que se expone a continuación, si bien es claramente escaso para llevar a cabo generalizaciones relevantes sobre la conducta cinematográfica del espectador español o aragonés, ha sido fundamental para proporcionar una primera toma de contacto con los mecanismos reales que gobiernan la relación entre público y cine dominante.

3. LOS RESULTADOS OBTENIDOS

En una investigación sobre el impacto ideológico del cine comercial en el espectador, parece fundamental indagar sobre las motivaciones más inmediatas que llevan a las personas a ir al cine. El entretenimiento parece ser, efectivamente, la motivación fundamental de casi todos los componentes de los tres grupos. La mayoría de los informantes afirman, en un primer momento, que su principal objetivo es pasar un buen rato, ver una película agradable, que les entretenga y que no les haga pensar mucho. Sin embargo, a medida que iban avanzando las entrevistas, otras motivaciones hicieron también acto de presencia. Varios informantes del grupo 1 esperan que la película esté bien construida, que cuente una historia de manera coherente e interesante. Uno de ellos, tras reiterar que espera que la película le entretenga, asegura a continuación que dicha experiencia no suele ser del todo satisfactoria a no ser que el filme le aporte algo más y que le haga cambiar

su estado de ánimo. A partir de aquí, varios participantes inciden en el tema del estado de ánimo y en el poder del cine para cambiarlo, siempre que la película en cuestión esté "bien hecha", es decir, bien estructurada narrativamente. De todas formas, algunos confiesan que frecuentemente eligen las películas que van a ver al cine o las cintas que alquilan en el videoclub según su estado de ánimo, esperando que cada filme les haga experimentar unas sensaciones concretas. Una de las informantes, distanciándose de los demás, afirma que ella es más ambiciosa y espera que la película le cambie, le enseñe, le nutra. Le gusta llevarse algo a casa consigo.

Los jóvenes informantes de los grupos 2 y 3 mostraron, en general, menor interés por los temas tratados por cada filme y un interés mayor por la experiencia misma de ver una película. La mayoría dan a entender, bien directamente o bien a través de sus comentarios sobre las distintas películas que se mencionan en la conversación, que, tanto o más que las películas, les interesa lo que ocurre a su alrededor en la sala mientras las ven. Es decir, las reacciones del resto del público o de las personas que les acompañan influyen en la percepción de la película. Claramente, para ellos el hecho de ver una película es una ocasión social, una actividad de grupo. Ello influye también en el tipo de películas que deciden ver: aquellas reconocidas socialmente mediante la publicidad presente en los medios de comunicación. Esta concepción grupal de la experiencia cinematográfica revela su capacidad y disposición a intervenir en la recepción de lo que están viendo: cuando lo que ven no les satisface plenamente buscan formas de mejorar la experiencia a través de comentarios que conviertan algo presumiblemente aburrido en material de interacción social entre los miembros del grupo de amigos. Su gran capacidad para el disfrute en compañía puede convertir las películas en una mera excusa para la comunicación entre los amigos. Las reuniones con los adolescentes del grupo 3 evidenciaron que a este segmento de edad le gusta casi todo lo que ve, y lo que ve son películas de acción, de terror y comedias, todas de gran calado comercial. Asimismo, el criterio que esgrimen es el establecido por las mismas películas en su construcción y en sus campañas publicitarias: ritmo trepidante y gran calidad de producción en todo aquello destinado a satisfacer los sentidos.

En una primera aproximación, por lo tanto, el diagnóstico de Britton sobre el cine actual (si bien Britton se refiere específicamente al cine de la época Reagan, la mayor parte de sus afirmaciones siguen siendo relevantes en el cine de la década de los noventa) parece ajustado hasta cierto punto: el "rechazo a la ideología" que se puede observar en las entrevistas sugiere, por una parte, la relativa facilidad con que el cine puede actuar sobre un espectador de por sí predispuesto a aceptar la "ideología del entretenimiento". Por otra parte, la poca trascendencia cultural que los espectadores asignan a las películas convierte el análisis ideológico en algo curiosamente remoto a la experiencia más inmediata del público.

Un tema que parece preocupar a los informantes del grupo 1 más que a los de los otros grupos es el tema de la violencia. En este aspecto, la actitud de los informantes del grupo 1 presenta una estructura similar a la expresada anteriormente: en un principio, la mayoría rechaza la violencia en el cine, así como el sufrimiento excesivo. La idea dominante es que el sufrimiento ya aparece con

suficiente asiduidad en la vida cotidiana de cada uno y no merece la pena ir al cine a sufrir. La violencia en la pantalla aparece como una de las manifestaciones más inmediatas de dicho sufrimiento. Sin embargo, más adelante, un informante se vuelve parcialmente atrás y afirma que una de sus motivaciones al ir al cine es conseguir emocionarse y, aunque en un principio le resulta más fácil emocionarse con las películas alegres, cuando una película es dramática también puede conseguir emocionarse y, en estos casos, el sufrimiento vicario experimentado a través de los personajes del filme sí es positivo. Otra informante añade que, en realidad, no le importa que una película sea violenta siempre que esa violencia le haga entender la vida o le explique algo sobre el comportamiento del ser humano. Ese tipo de violencia, no gratuita, puede llegar a hacerle disfrutar y relajarse. Finalmente, otro informante, expresando una preocupación con el realismo en la representación que reaparece continuamente en las entrevistas, explica que la violencia forma parte de la vida y, si las películas no la reflejaran, estarían disfrazando la realidad, hecho que parece no ser legítimo en la opinión de la mayoría de los entrevistados.

En general, la actitud de este grupo ante la violencia en el cine resulta ser más ambigua que lo que en un principio cabría suponer. Por una parte, se rechaza dicha violencia cuando es morbosa o gratuita, pero si nos hace pensar o sentir ya puede ser más aceptable. Además, el cine de hoy en día no sería realista sin la violencia. Todo ello indica que el espectador puede aceptar la violencia en el cine de Hollywood aunque se muestra incómodo hacia ella, lo cual implica a su vez una aceptación, por una parte, de los mecanismos psicológicos activados por el cine actual para hacer la violencia atractiva, y, por otra, una aceptación de los discursos ideológicos que presentan la violencia como inevitable a la hora de reflejar fielmente nuestra sociedad. Por lo tanto, la violencia se descubre como uno de cauces a través de los cuales el cine de Hollywood es capaz de transmitir una cierta ideología y actitud hacia la sociedad moderna, actitud que puede ser aceptada por el espectador aunque de una manera crítica y no universal, y con la presencia constante de la espada de Damocles de la gratuidad de dicha violencia y su capacidad de explotación del espectador. Es interesante resaltar, sin embargo, que la violencia en sí no parece ser motivo de mayor preocupación para los más jóvenes. Los informantes de los grupos 2 y 3 comentan que una buena película es la que está bien hecha técnicamente y, consecuentemente, un ingrediente necesario en una buena película es el espectáculo: las batallas de *Gladiator* (2000), por ejemplo, contribuyen a la calidad global de la película. De hecho, dos participantes del grupo 2 coinciden en señalar que las películas suelen prometer más escenas espectaculares de las que luego incluyen, y se quejan de que el interés va disminuyendo porque la cantidad de espectáculo va decreciendo y los finales suelen acabar defraudando por no ser lo suficientemente "explosivos". Este interés "estético" por la violencia parece convertir a los espectadores más jóvenes, por una parte, en receptores pasivos, al aceptarla e incluso demandarla como parte integrante del espectáculo que van a ver y, por otra, en candidatos poco probables a sus supuestos efectos perniciosos ya que en ningún caso la consideran parte de "su realidad".

La capacidad del cine para sorprender reaparece al hablar de los géneros cinematográficos. Una de las integrantes del grupo 2 asegura que las películas de género le parecen siempre iguales entre sí. Según ella, las películas de acción consisten en superar la espectacularidad de las escenas anteriores, y las de terror tienen todos argumentos similares, hasta el punto de no suscitar ya ninguna sensación de miedo. Sin embargo, otros participantes hacen notar que aunque los ingredientes de los géneros sean siempre los mismos, no por ello dejan de ser fuente de disfrute. Así, mantienen, por ejemplo, que las carreras de coches en *Mission: Imposible II* (2000) son lo mejor de la película. Los participantes tienen la percepción de que hay una inflación de películas de determinados géneros, especialmente la comedia romántica, el cine de acción y la ciencia-ficción. Coinciden en que ello puede ser debido a que el público prefiere ver historias que "acaben bien" y a que los medios técnicos han mejorado tanto que los efectos especiales se han convertido en un fin en sí mismo. Otro elemento esencial para el disfrute de una película es el realismo y la verosimilitud. Para que una película sea buena tiene que ser realista o, al menos, verosímil. Mientras algunos participantes mencionan que el complejo y elaborado argumento de películas como *Reservoir Dogs* (1991) las hace más valiosas, o que les gusta la parodia de *Scary Movie* (2000), otra participante destaca el realismo de un filme como *Barrio* (1998). En realidad, parece que el concepto al que se refieren más a menudo es el de verosimilitud: varios participantes coinciden en que es muy difícil involucrarse en la trama de las películas porque no les parecen creíbles. Desean ver películas donde la verosimilitud de la historia y de los personajes "les enganchen". En el grupo 1, las preferencias genéricas coinciden con los géneros más populares: cine negro, intriga, aventuras y películas románticas. Cada uno afirmó guiarse por sus géneros favoritos a la hora de elegir una película, aunque no excluían otros géneros, dependiendo nuevamente del estado de ánimo en el que se encontraran. También coinciden con el grupo 2 en reconocer que "lo que más vende" hoy en día son las superproducciones y los efectos especiales.

Los componentes del grupo 3 insistieron en que buscan, por encima de todo, la originalidad. Demandan productos que se salgan de lo normal, aunque al mismo tiempo muestran que también disfrutan con aquello que conocen y reconocen en las películas. *Shrek* (2001) y *Scary Movie*, dos de sus favoritas, son los casos más notables: mantienen que son películas inteligentes porque, como apuntaron, para entender *Shrek* hay que conocer las películas de Disney y para disfrutar con *Scary Movie* hay que conocer las películas de terror de los últimos años. Cabe así decir que les resulta entretenido y reconfortante reconocer estos intertextos.

Durante las reuniones se puso de manifiesto durante las reuniones que los espectadores conocen las convenciones de los géneros, y eso parece permitirles concentrarse en todo lo demás: música, espectáculo, conversaciones con los amigos, etc. Resultó pues evidente que, por un lado, rechazan las convenciones como algo tópico y demasiado socorrido, mientras que, por otro, disfrutan a partir de esos conocimientos adquiridos sobre un determinado género. Los componentes del grupo 3 parecen demandar esta mezcla de dominio o control sobre el texto y de la

originalidad que mencionábamos más arriba, mezcla que es proporcionada por las películas de género. Este afianzamiento textual aportado por las convenciones genéricas es mínimo porque, por otro lado, se aprecia que el grupo 3 vive la experiencia "cine" de una forma más fragmentada que los otros grupos, y en ocasiones da la impresión de que ven las películas más como una serie de segmentos narrativos inconexos que como un todo argumental coherente. Aun así, al menos conscientemente, no parece que en ninguno de los tres grupos exista una conciencia de que el recurso a determinados géneros más comerciales o más atractivos para el público pueda constituirse en cauce importante de transmisión de ideología. Es decir, ningún informante mostró la convicción, por ejemplo, de que el cine de acción, de terror o la comedia sean géneros más ideologizados que los demás.

También puede apreciarse un cierto paralelismo entre los tres grupos con respecto a las estrellas y a los actores. Mientras que uno de los informantes del grupo 1 considera al director más importante que a los actores, la mayoría coinciden en señalar la importancia de los actores para el placer estético que aporta la película y para su capacidad de convicción. Muchos afirman que si un actor no les gusta no van a ver la película. Los colaboradores más jóvenes, por ejemplo, rechazan a actores como Jim Carrey, por ser su actuación exagerada, repetitiva y carente de comicidad, pero coinciden con los mayores en alegar que un buen actor es el que no se encasilla. Mientras los informantes del grupo 1 valoran más el arte polifacético de ciertos actores (su capacidad para encarnar a diferentes personajes), la apreciación de los más jóvenes se basa más bien en el poder de los actores para sorprenderles continuamente con nuevos y creíbles personajes. Así indican sus preferencias por actores como Robin Williams, Tom Cruise y Tom Hanks porque hacen papeles muy variados. En general, se opina que los actores de Hollywood están más encasillados que los actores europeos. Sin embargo, se reconoce que algo tiene que haber cuando determinados individuos se convierten en estrellas y atraen a un número tan elevado de personas, lo cual algunos relacionan con la tendencia de nuestra sociedad a buscar ídolos. Por lo tanto, la influencia de las estrellas es reconocida mucho más abiertamente que la de los géneros, aunque ni en uno ni en otro caso existe ninguna indicación, en ninguno de los tres grupos, de que estos elementos del texto cinematográfico puedan ser portadores de determinadas ideologías. En ambos casos, vuelve a predominar el interés estético y la capacidad de entretenimiento sobre la dimensión política de los textos.

Por todo ello se les pregunta abiertamente, a continuación, si opinan que las películas pueden influir en la gente y, más concretamente, sobre la influencia del cine de Hollywood en los espectadores de todo el mundo. En este punto, los informantes del grupo 1 tienden a distanciarse ideológicamente de los intentos de colonización cultural de dicho cine pero admiten que en la mayoría de los casos es inevitable. En general, se atribuyen un espíritu crítico a sí mismos que no observan en la mayor parte de los demás espectadores. Por una parte, reconocen el poder del cine y, más concretamente, del cine hollywoodiense para marcar las vidas de las personas. Frecuentemente asocian un momento de sus vidas con películas o escenas concretas de películas. Asimismo, suelen identificar momentos determinados de las

películas con situaciones vividas por ellos mismos. Ello indica la indudable facilidad del cine para proporcionar modelos de comportamiento o conducta a los espectadores y de promocionar entre ellos su propia visión del ser humano y de las relaciones sociales. Por otra parte, asocian al cine de Hollywood con el imperialismo cultural. Este cine, según una opinión consensuada por todos los informantes del grupo, nos proporciona continuamente una serie de valores que nos están colonizando. Una informante recurre, para explicar este proceso, al término "americanada", que define como una película con final feliz poco creíble, que ensalza los valores del patriotismo estadounidense, que da a entender que los Estados Unidos es el mejor país del mundo y que desprecia las formas de vida y la cultura de otros lugares. Curiosamente, este concepto de la "americanada" se relaciona con el sistema de educación existente en aquel país, consistente en una serie de valores patrióticos que son inculcados a los niños desde pequeños, y, por lo tanto, operativo solamente en los Estados Unidos. Ello explica que estas películas sean percibidas desde el exterior como "americanadas" y no resulten creíbles. En cuanto al grupo 2, uno de los informantes también emplea el término "americanada" pero, en este caso, para referirse a películas sobre adolescentes que estudian en la *high school* y que contienen los típicos personajes del capitán del equipo, la niña bien o el empollón, es decir, el género del *teenpic*. Sobre este punto, todos los informantes de los grupos 2 y 3 coinciden en encontrar estas películas interesantes aunque no realistas al observar, por ejemplo, que nadie parece tener nunca nada que estudiar.

Hay que hacer notar, por lo tanto, que el tema de la colonización cultural es complejo y es expresado de manera un tanto contradictoria. Solamente se acusa de intento de colonización cultural a aquellas películas que promueven abiertamente la defensa y la expansión de los valores que son percibidos como "típicamente estadounidenses". Sin embargo, estas películas son masivamente rechazadas por lo que habría que pensar que su influencia en estos espectadores no existe, ya que son capaces de discernir los objetivos que las alumbran y, automáticamente, distanciarse de ellas. Por otro lado, sin embargo, se admite el gran poder del cine de Hollywood para proporcionar patrones de comportamiento e, incluso, se facilitan ejemplos de filmes que pueden haber influido en la vida de algunos de los informantes, aunque ninguno de los miembros de los grupo 2 y 3 llega a afirmar tal cosa, decantándose más bien por recordar películas que han sido especialmente entretenidas. Por todo ello, se percibe el proyecto de colonización cultural de los filmes y se intenta rechazarlo, pero se es consciente de que ello no siempre se consigue, pero todo ello en términos muy poco específicos.

En general, se podría deducir que los informantes, por una parte, se muestran de acuerdo con la hipótesis general de Britton sobre la vocación de imperialismo ideológico del cine dominante en Hollywood, a través del concepto de "americanada", pero, por otra, dan a entender que este proceso no abarca necesariamente a tantas películas, sino a las más obviamente ideologizadas, ni a tantos espectadores, ya que muchos, entre ellos los propios informantes, son conscientes de las operaciones ideológicas que este cine está llevando a cabo. Esta

consciencia anularía automáticamente la efectividad de los discursos lanzados desde Hollywood, pero, por el contrario, la falta de especificidad al articular la carga ideológica de los textos en cada caso, unida a su obvia disponibilidad a seguir viendo las películas, aumenta su permeabilidad a los mensajes que puedan contener éstas.

De lo anterior, cabría sacar como conclusión provisional que las películas que más influyen ideológicamente en el espectador son aquellas que no presentan sus valores abiertamente. Sin embargo, varios informantes apuntan a continuación que no todo el cine estadounidense es igual. Algunas películas son más realistas ya que presentan una realidad distinta de la que estamos acostumbrados a ver. Volvemos aquí al concepto de realismo que, como se ve, no está necesariamente relacionado con la fidelidad en la representación de lo real, sino más bien consiste en proporcionar una visión alternativa a la que otras películas acostumbran a presentar. Aquí el realismo parece tener más que ver con el distanciamiento de las convenciones de representación más frecuentes en el cine mayoritario. Aquella película que en alguno de sus aspectos no sigue las convenciones al uso, o las modifica de alguna manera, es más realista. Así, para los informantes del grupo 3, puesto que la realidad que ven en las películas les parece totalmente ajena en casi todas las ocasiones, lo que interpretan como realista es aquello que se desvía de las convenciones genéricas más comunes. Así, las *teenpics* no son realistas porque están plagadas de tópicos, y no tanto porque lo que se diga no ocurra en sus vidas diarias. Por el contrario, *Blade Runner* (1982) es más realista porque, comparada con el aspecto aséptico de otras películas de ciencia ficción, es más "sucias". Siguiendo con el grupo 3, llegan a decir que se identifican con los personajes de las películas no fantásticas pero lo cierto es que las películas no fantásticas que ven son del tipo de *American Beauty* (1999) o *American Pie* (1999), y perciben ese particular mundo de los Estados Unidos como algo muy alejado de su realidad, hasta el punto de que afirmaron no identificarse con los problemas de los adolescentes en *American Pie* (ese acercamiento al sexo les resultaba incómodo) y les pasaba desapercibido el drama de los personajes de su misma edad en *American Beauty* (curiosamente se identifican más con el personaje del padre interpretado por Kevin Spacey que con las adolescentes, de las que dijeron que eran "bichos raros"). La conclusión más persistente parecería ser que la realidad en las películas es para los jóvenes del grupo 3 siempre una realidad creada a través de los géneros, puesto que no identifican casi nada de lo que ven en las películas con su propia vida.

En opinión del grupo 1, *American Beauty* presenta una imagen más real de la sociedad norteamericana, una realidad más dura y, por lo tanto, más interesante. Para una de las informantes se trata de una película que derrumba los cimientos en que se ha basado el sueño americano, con una visión idealizada de las relaciones familiares. Películas como ésta son menos sospechosas de intentar influir en el espectador en un determinado sentido. Hay que señalar que la influencia del cine en el espectador se concibe, desde el punto de vista ideológico, solamente como algo negativo. Sin embargo, cuando el cine afecta a las emociones o a las experiencias personales, la situación cambia y resulta más fácil aceptar dicha influencia, si bien

de una manera un tanto vaga y difusa. Por lo general, al ser preguntados si opinan que el cine puede haber contribuido a construir su identidad personal o su manera de pensar, todos los informantes evitaron el tema o lo ignoraron por completo. Uno de ellos afirmó que ese es un tema para estudiosos y que ellos no pueden contestar pero, en general, se percibió un rechazo a admitir las posibles influencias a nivel personal, a la vez que se subrayaba la poca capacidad crítica de una gran mayoría de los demás espectadores.

Además de la violencia, otro tema sobre el que se preguntó a los miembros de ambos grupos fue el tema del amor. Aquí también el grupo 1 observó con cierta inmediatez la carga ideológica del concepto del amor en el cine comercial. Una de las informantes afirma que no le gusta lo que le han vendido, especialmente lo que ella considera excesiva recurrencia del tema en la gran mayoría de las películas. En la vida hay muchas cosas más. Le enfada que insistan machaconamente en algo que no es real. Otra informante afirma que, mientras el cine de Hollywood presenta mayoritariamente un tipo de amor, el amor heterosexual, en la vida real, en nuestra experiencia cotidiana, estamos en contacto con muchos más tipos de amor, como el amor entre una madre y su hijo, o el amor entre amigos. Otro informante apunta, a modo de ejemplo, que una comedia romántica como *The Runaway Bride* (1999), en realidad, trata muy poco del amor. Una cuarta informante añade que, en el cine actual, las películas hablan menos de amor y más de sexo. La razón es que el sexo vende más. Como ejemplo, se recuerda el caso de *Basic Instinct* (1992), película que se recrea en las escenas heterosexuales pese a que la mayoría de los personajes femeninos son lesbianas. En general, la actitud ante la presencia y proliferación del sexo en la pantalla es tan compleja como en el caso de la violencia. Se critica a una gran cantidad de películas por presentar el sexo de una manera gratuita, apelando a los instintos básicos del espectador, pero se admite que en algunos casos es necesario e incrementa la calidad de la película. En esta línea, y volviendo al concepto del amor, más adelante, comienzan a opinar que la presencia del amor en una comedia romántica o en un melodrama hace que la película llegue a más cantidad de gente, porque el amor es algo que en mayor o menor medida preocupa a todo el mundo. Para un informante, el amor y el odio son parte de la esencia del ser humano. Para otra, el amor es, en nuestra vida personal, como un tabú, algo que se tiene pendiente cuando nunca se ha estado enamorado. Por todo ello, el espectador encuentra cierta facilidad para reconocerse en una historia de amor en la pantalla. Por otra parte, los componentes del grupo 3 puntualizaron que el amor es creíble en historias propiamente de amor, como las comedias románticas, pero no en otros tipos de películas, como suele ser el caso de innumerables películas bélicas.

Se observa, de lo anteriormente apuntado, que la representación machacona del amor en el cine de Hollywood es otro canal de transmisión de una determinada ideología. Si bien no se asocia ésta con el imperialismo estadounidense, sí se muestra una cierta intranquilidad hacia las versiones demasiado limitadoras y parciales de la experiencia amorosa que proporciona el cine dominante. En general, la experiencia en este tema de los informantes en su vida real se revela más rica y compleja que la que ven reflejada en las películas, pero simultáneamente se

reconoce el poder de las representaciones del cine de Hollywood sobre este tema. La pregunta acerca del contenido sexual de algunas películas surge, en el grupo 2, a raíz de comentarios sobre *Showgirls* (1995) y *Striptease* (1996), las cuales los informantes se apresuran a calificar de "malas con ganas" o "tristísimas". Al preguntarles sobre las razones de su rechazo, contestan que no tienen historias y que su único propósito es ofrecer desnudos como fácil reclamo para el espectador. Sin embargo, la conversación deriva hacia películas como *American Pie* o *La comunidad* (2000), cuyas escenas relacionadas con la actividad sexual sí les han interesado. Recuerdan especialmente los momentos en que los personajes de ambas películas se masturban o la escena de *American Pie* en la que un joven utiliza una tarta de manzana para calmar su apetito sexual, y no comiéndosela precisamente. Argumentan que en estas películas aparece una visión cómica del sexo que les complace, aunque también otra participante admite que el tratamiento romántico del sexo le parecía interesante.

Estos comentarios acerca del sexo revelan dos tipos de actitudes en los informantes jóvenes. En primer lugar, no se identifican a sí mismos/as como aquella parte del público que reacciona siguiendo los caminos marcados por la industria del cine: no van a ver aquellas películas en las que el intento de vender es demasiado obvio. Sin embargo, ya hemos visto anteriormente que esto no es exactamente así, que la industria del cine consigue que los espectadores no sean completamente conscientes de la influencia de la que son objeto y que, por otra parte, las estrategias publicitarias de Hollywood son fundamentales a la hora de ir al cine, especialmente para los espectadores más jóvenes. Una segunda actitud considera el sexo como aceptable si provoca la risa en el público. Esta referencia a la risa parece formar parte de una actitud de defensa ante cualquier cosa que les contraría o incomoda: lo que les resulta terrible (les gusta reírse del cine de terror) o demasiado íntimo (el sexo). Por otro lado, los jóvenes también tienden a transformar en comedia todo aquello que está demasiado alejado del mundo adolescente. Por esta razón, la industria del entretenimiento a menudo parecería hacer uso de la risa como mecanismo para satisfacer el deseo de novedades de este público adolescente, novedades que eviten el aburrimiento.

Aunque sería demasiado aventurado generalizar en exceso sobre los comentarios surgidos en los tres grupos, sí parece que, al menos dentro de los límites de esta experiencia, la representación del sexo en el cine interesa más a los espectadores más jóvenes, si bien solamente admiten identificarse con las actitudes de los filmes cuando éstos adoptan una distancia hacia un tema que, pese a lo que se pudiera pensar, sigue siendo tabú. Cuando esta distancia no existe dentro del texto, los espectadores jóvenes se encargan de establecerla ellos mismos mediante la risa. Esto también nos puede llevar a concluir un rechazo a la posibilidad de que las representaciones cinematográficas de la sexualidad con las que nos vemos inundados en nuestra sociedad influyan en sus propios comportamientos sexuales. Por su parte, los espectadores más adultos parecen más abiertos a que dicha influencia pueda producirse pero en ningún caso se muestran conscientes de ello. Estos se muestran más preocupados por la representación del amor, que es, por una

parte, limitadora en su insistencia en la relación romántica o sexual heterosexual pero que, por otra parte, responde al interés genuino de los espectadores en el tema. Todo esto nos lleva a deducir la vigencia de las aproximaciones ideológicas a la representación cinematográfica al menos en el campo del amor romántico y la sexualidad, siempre que estas aproximaciones no solamente insistan en la trascendencia de los "mensajes" transmitidos por las películas de manera más o menos monolítica, sino también en los diversos mecanismos de resistencia y de negociación de esos significados utilizados por los espectadores reales en el momento de la recepción.

4. CONCLUSIÓN

A modo de resumen parcial de los diversos temas tratados con los tres grupos de informantes, se puede aseverar que, aunque ni el cine "de mensaje" interesa ni la influencia ideológica de las películas parece un elemento consciente de su experiencia de ir al cine, las preferencias de los miembros del grupo por determinados tipos de películas, como las películas realistas, las películas bien construidas o las películas que proporcionen algo diferente, así como la importancia de actores y determinados elementos narrativos sugieren una predisposición a dejarse llevar en determinadas circunstancias. Frente a esto, conviene destacar la constante "vigilancia" del espectador, en el caso de las películas de Hollywood, ante los casos más obvios de intentos de colonización cultural a través de las llamadas "americanadas". Existe entre estos espectadores, por lo tanto, la misma ambivalencia que encontramos en los críticos ideológicos entre su obvio interés por el cine norteamericano, que es el cine al que asisten de manera mayoritaria, les atraiga más o menos que las películas de otros países, y su denuncia, bastante generalizada y consistente, de las limitaciones ideológicas (y narrativas) de dicho cine. Esta ambivalencia de los espectadores podría relacionarse, en un período de globalización cultural, con las diferencias aún existentes entre el centro y la periferia del imperio, y nos conduce, para finalizar, al reconocimiento de una tensión constante entre texto y espectador, entre discurso dominante y variaciones ideológicas específicas de diversos grupos geográficos, históricos y culturales.¹

BIBLIOGRAFÍA

Altman, Rick 1995 (1984): "A Semantic/Syntactic Approach to Film Genre". *Film Genre Reader II*. Ed. Barry Keith Grant: Austin: University of Texas Press. 26-40.

Ander-Egg, Ezequiel 1990: *Técnicas de investigación social*. México: El Ateneo.

¹ Trabajo llevado a cabo dentro de los proyectos nos. PB97-1001 y BFF2001-2564 subvencionados por la DGICYT. Agradecemos a Luis Cantarero la ayuda prestada en la elaboración del método de entrevistas utilizado y a los informantes que han participado en los tres grupos de trabajo establecidos para la realización del estudio de campo.

- Britton, Andrew 1986: "Blissing Out: The Politics of Reaganite Entertainment". *Movie* 31-32: 1-36.
- Comolli, Jean-Louis y Narboni, Jean 1993 (1969): "Cinema/Ideology/Criticism". *Contemporary Film Theory*. Ed. Anthony Easthope. Londres: Longman.
- Dyer, Richard 1981: "Entertainment and Utopia". *Genre: The Musical*. Ed. Rick Altman. Londres: Routledge & Kegan Paul. 175-89.
- García, Ferrando, Ibáñez, Jesús y Alvira 1987: *El análisis de la realidad social*. Madrid: Alianza.
- Ibáñez, Jesús 1986 (1979): *Más allá de la sociología: el grupo de discusión: técnica y crítica*. Madrid: Siglo XXI.
- Kellner, Douglas 1995: *Media Culture: Cultural Studies, Identity and Politics between the Modern and the Postmodern*. Londres: Routledge.
- Kellner, Douglas 1998: "Hollywood Film and Society". *The Oxford Guide to Film Studies*. Eds. John Hill y Pamela Church Gibson. Oxford: Oxford U. P. 354-62.
- Ray, Robert B. 1998 (1985): "Hollywood and Ideology". *The Oxford Guide to Film Studies*. Eds. John Hill y Pamela Church Gibson. Oxford: Oxford U. P. 363-64.
- Ryall, Tom 1998: "Genre and Hollywood". *The Oxford Guide to Film Studies*. Eds. John Hill y Pamela Church Gibson. Oxford: Oxford U. P. 327-38.

PELÍCULAS CITADAS:

- American Beauty* (Sam Mendes, 1999)
- American Pie* (Paul Weitz, 1999)
- Barrio* (Fernando León, 1998)
- Basic Instinct (Instinto básico)*, Paul Verhoeven, 1992)
- Blade Runner* (Ridley Scott, 1982)
- La comunidad* (Alex de la Iglesia, 2000)
- Gladiator* (Ridley Scott, 2000)
- Mission: Impossible II (Misión imposible 2)*, John Woo, 2000)
- Reservoir Dogs* (Quentin Tarantino, 1991)
- The Runaway Bride (Novia a la fuga)*, Garry Marshall, 1999)
- Scary Movie* (Keenen Ivory Wayans, 2000)
- Showgirls* (Paul Verhoeven, 1995)
- Shrek* (Andrew Adamson y Vicky Jenson, 2001)
- Striptease* (Andrew Bergman, 1996)
- Top Gun* (Tony Scott, 1986)
- The Truman Show (El Show de Truman)*, Peter Weir, 1998)