

¿De qué dramaturgia hablamos?*

Se ha dicho que el Nuevo Cine Latinoamericano aspira a plasmar artísticamente ciertos principios que se fijaron en el I Encuentro de Cineastas Latinoamericanos (Viña del Mar, Chile, 1967), se ratificaron diez años después, en el V Encuentro (Mérida, Venezuela, 1977) y —que yo sepa— todavía conservan su vigencia. Podrían resumirse en tres objetivos esenciales:

1. Contribuir al desarrollo y fortalecimiento de la cultura nacional y, a la vez, enfrentar la penetración ideológica imperialista y cualquier otra manifestación de colonialismo cultural.
2. Asumir una perspectiva continental en el enfoque de los problemas y objetivos comunes, luchando por la futura integración de la Gran Patria Latinoamericana.
3. Abordar críticamente los conflictos individuales y sociales de nuestro pueblo, como un medio de *concientización* de las masas populares.

Hablar entonces de dramaturgia equivale a hablar de los medios artísticos de que se vale el cineasta para lograr objetivos extra-artísticos. ¿De qué se trata exactamente? ¿Acaso existe una dramaturgia del Nuevo Cine Latinoamericano distinta de la del cine comercial? Si es así, ¿cuáles son sus rasgos dominantes? ¿Cuáles sus ejemplos más notables? ¿Conservan o han perdido su vigencia? Creo que la única manera de tantear las posibles respuestas es someter a prueba la legitimidad de los principios mencionados. No me refiero a su legitimidad social, ideológica y política, porque es evidente que en ese sentido —por encima de cualquier diferencia de matices—, todos o casi todos estamos de acuerdo. Me refiero a su legitimidad metodológica. Esos principios que definen la naturaleza del Nuevo Cine, ¿son capaces de generar la búsqueda de

un nuevo lenguaje? ¿Abren u obstaculizan el camino de una nueva dramaturgia? Se trata de eludir las falsas oposiciones, es decir, los esquemas simplistas, para tratar de hallar las contradicciones más fecundas. ¿En que orden de contradicciones nos movemos? ¿Dónde radica la dinámica interna de un movimiento que se propone, a la vez, objetivos artísticos y extra-artísticos... y que sólo logrando los primeros puede alcanzar los segundos?

Ya vimos que el Nuevo Cine afirma nuestra identidad cultural y rechaza la penetración ideológica imperialista y cualquier otra forma de colonialismo en el campo de la cultura. Esta actitud entraña una rica contradicción, que pudiéramos considerar el primer desafío: la contradicción entre lo *nacional* de nuestros temas y nuestra expresión, y lo *internacional* del lenguaje básico del cine y de las propias leyes de la dramaturgia. Podemos hacer cine sobre nuestra aldea, pero no exclusivamente para ella. Nuestra aldea —y esto es lo que nos proponemos revelar— es también parte del mundo, un microcosmos donde se reflejan todas las contradicciones humanas y sociales, la materia viva del arte y la literatura. Atenas era poco más que una aldea cuando se estrenó el *Prometeo* de Esquilo. Nosotros, además, nos hemos comprometido a “asumir una óptica continental en el enfoque de los problemas comunes”, lo que significa que nos dirigimos, en primer lugar, al público latinoamericano en su conjunto, del que tenemos una primera muestra en el de cada uno de nuestros países. Por eso solemos preguntar a los compañeros cineastas: ¿cómo fue recibida tu película, qué repercusión tuvo en tu país? Y damos por descontado que la misma repercusión debe o puede tener en los demás países del Continente. Esto no siempre es así —de hecho, existen diversos “públicos” y las correspondientes maneras de aceptar o rechazar una película— pero la experiencia nos demuestra que cuando la expresión de una cultura nacional no halla resonancia a escala continental, la culpa no es de nuestras particularidades culturales o sociológicas, de las diferencias de idiosinercia entre este o aquel público, sino, sencillamente, de una deficiente dramaturgia. No es nuestro público el que nos falla: somos nosotros los que no hemos sabido *llegar* a nuestro público. Lo más frecuente en estos casos es que nuestra vocación de historiadores, sociólogos o

antropólogos se haya impuesto por sobre nuestra condición de artistas y de profesionales de la comunicación.

Aquí estamos ante otra contradicción del mismo orden. Rechazamos el cine comercial por las mismas razones que rechazamos las drogas y el fetichismo; pero si hemos de llegar al fondo de la cuestión tendremos que hacernos esta pregunta alucinante: ¿la dramaturgia del Nuevo Cine no tiene *nada* en común con la del cine comercial? ¿Acaso el cine comercial no se rige también por las leyes de la dramaturgia? Cambia el contenido del mensaje que se desea transmitir, el tipo de comunicación que se aspira a establecer, la función social de la obra..., pero los resortes “dramáticos” que utilizan uno y otro son básicamente los mismos: una trama, un conflicto, una estructura, personajes que garanticen el desarrollo de la acción, la eficacia persuasiva del mensaje, la dosis necesaria para mantener la atención del público... Nuestra admiración por Brecht y nuestro respeto por Godard y por el último Glauber no deben hacernos olvidar esta simple verdad: aun la menos aristotélica de las estructuras dramáticas no puede prescindir de la dramaturgia aristotélica. Lo grave no es desafiar al viejo Estagirita —sin desafío no hay arte que valga la pena—, sino escupir sobre su tumba sin tomarse el trabajo de estudiar previamente la *Poética*. Porque entonces se corren dos riesgos terribles: aburrir a todo el mundo con nuestra torpeza o llenar la pantalla de chispazos geniales para matar el aburrimiento del público burgués. Con la mejor intención del mundo uno empieza hablando de arte y —como dice Lawson— termina hablando solo o ante un grupo entusiasta de cinéfilos.

Sabemos que la comunicación no se produce en el vacío. Supone un código, normas, convenciones... (un esteticista diría, alarmado, *concesiones*..., y probablemente esté en lo cierto). Pero supone también innovación, pues sin este elemento esencial —sin romper “el automatismo de la percepción”— la redundancia introduciría en el sistema un ruido insoportable, el de los ronquidos y bostezos. Toda la dramaturgia —como la esencia misma de la vida que quiere atrapar— se mueve dentro de esa dialéctica de la comunicación y la expresión, la tradición y la ruptura, lo nuevo y lo viejo... Alea y Lombardi —como antes lo hiciera García Espinosa—

han abordado el tema aquí desde un ángulo sumamente atractivo: el de la reformulación de los géneros. Se trata de partir de los géneros consagrados para impugnarlos *desde adentro*. Es una opción que implica ciertos riesgos, pero que me parece tan legítima como la nacionalización de la Banca o de un pozo de petróleo, la expropiación de un latifundio o la socialización de los servicios de salud. A través de los géneros el cine comercial —Hollywood sobre todo— se apoderó de nuestro público, secuestró a nuestros espectadores marcando en ellos determinadas “preferencias”. Ese público es parte del pueblo; nosotros tenemos el deber de rescatarlo para su propia cultura y sus propios intereses. No veo por qué no usar, entre otras, la táctica guerrillera que consiste en volver los cañones y disparar contra el enemigo con su propia artillería. Pero no podemos olvidar que nuestro verdadero objetivo es invertir la relación de dependencia para suprimir después *toda* relación de dependencia, tanto la material como la del tipo de comunicación que el cineasta propone a su público.

El último de los principios del Nuevo Cine Latinoamericano se refiere a la necesidad de “abordar críticamente los conflictos individuales y sociales de nuestros pueblos, como un medio de concientización de las masas populares”. Aquí, la contradicción más fecunda que habría que explorar radica, me parece, en la que plantean el binomio arte e ideología, por un lado, y por el otro, cultura popular y cultura de masas, con la acepción que esta última tiene en el capitalismo. La ideología como tal no produce arte, pero no hay arte que no presuponga una determinada ideología. Sólo que los elementos “ideológicos” de la obra aparecen como fuerzas en conflicto, o como “tensiones” entre el contenido y la forma, y la ideología del autor, por consiguiente, se manifiesta por su ausencia, como un aglutinante invisible. El guionista tiene una conciencia teórica de los problemas que aborda, pero como esos problemas se expresan a través de la conciencia cotidiana, la función del guionista no es “hablar sobre la vida”, sino dejar que la vida hable por sí misma. Del mismo modo, la concientización no se logra imponiéndole al espectador ciertas ideas, sino incitándolo a descubrirlas por su cuenta. Es así como se le invita a convertirse en un espectador activo.

La contradicción entre cultura popular y cultura de masas plantea un desafío más complejo, que tal vez pudiera ilustrarse como una oposición entre los intereses y los gustos. ¿Cómo "concientizar" a los sectores populares mediante un instrumento, el cine, al que ellos acuden, por regla general, buscando el "entretenimiento" a que los tiene acostumbrado el cine comercial? Antes de responder tendríamos que hacer la salvedad de que el hombre jugaba aun en las sociedades primitivas: el juego, el "entretenimiento" de que tanto habla la industria cultural capitalista es una necesidad humana tan vieja y tan legítima como comer o dormir. Esto nos lleva nuevamente a los problemas de la dramaturgia y del lenguaje. Sabemos, desde Gramsci, que la *popularidad* no es un elemento exterior a la obra, un componente extra-artístico, sino una de sus posibles dimensiones, determinada por la perspectiva desde la cual el autor aborda los conflictos. Ese enfoque supone también una determinada forma, una manera de alentar o desalentar la lectura, el diálogo con determinados sectores del público. Es *popular*, entonces, la obra que asume como propios los sentimientos y aspiraciones del pueblo, aquélla cuya visión del mundo y cuya manera de expresarla coincide con los intereses y la idiosincrasia de las clases populares, sea cual sea su grado de elaboración artística. Pero si aspira a ser coherente con sus principios, el artista del Nuevo Cine no puede limitarse a devolver al pueblo su propia imagen para que se reconozca pasivamente en ella, apelando a esa turbia variante del mito de Narciso que conocemos como populismo. Si quiere, efectivamente, concientizar a las masas populares, tiene que marchar junto a ellas, hombro con hombro, no detrás. Es decir, tiene que desafiar de un modo u otro los gustos y los esquemas imperantes, impuestos por el cine burgués y, en general, por todos los medios de difusión masiva. ¿Cómo hacerlo? ¿Cómo mantener la comunicación, que presupone una *identificación*, y al mismo tiempo producir, como diría Brecht, el *distanciamiento* necesario para la toma de conciencia? (En un libro reciente, *Diálctica del espectador*, Alca se ha planteado seriamente este complejo dilema.)

Parece que no nos queda más remedio que elaborar una nueva dramaturgia. Pero no olvidemos que lo "nuevo" —tanto en la cultu-

ra como en la sociedad en su conjunto— no sale de la nada, ni se crea por generación espontánea, sino a partir de una acumulación, de una experiencia que entraña la asimilación crítica de lo “viejo”. Como dicen los pedagogos, todo lo que se puede aprender se puede enseñar... lo cual es aplicable a las leyes básicas de la dramaturgia, que en última instancia son las leyes de la comunicación poética. Quede claro que no me refiero al talento; me refiero a los mecanismos, las técnicas y el oficio de *interesar*, que es también el arte de entretener. Es cierto que la inmensa mayoría del público va al cine a “entretenerse”, y no veo que eso pueda considerarse escandaloso o ilegítimo, como no sea desde una posición paternalista o aristocratizante. Pero tratemos de hacer nuestra esta definición: entretenido es lo que interesa. Hay quien se “entretiene” leyendo la *Crítica de la razón pura* —los casos no abundan, pero existen—, o resolviendo un complicado problema de ajedrez. La pregunta entonces sería: ¿cuáles son los *intereses* de nuestro público, de las clases populares en nuestros respectivos países? A través de sus intereses inmediatos tenemos que reivindicar sus intereses más profundos... ¿Qué temas, qué personajes, qué conflictos, qué estructuras dramáticas pueden ayudarnos a revelar esos sueños, esas aspiraciones, esos mitos, esos intereses concretos? No somos nosotros con nuestras películas los que vamos a transformar la realidad y a crear un mundo nuevo; son nuestros espectadores, ese público mudo que asiste diariamente a las salas de cine o se sienta ante la pantalla de su televisor... Pues bien, ¿qué vamos a decirle? ¿Lo mismo que le dice una y otra vez el cine comercial: que las cosas son *así* y que los únicos héroes son los de las películas? Si le dijéramos lo mismo con el mismo lenguaje, nos estaríamos haciendo cómplices de la manipulación; si le dijéramos lo contrario en un lenguaje totalmente distinto es posible que ni siquiera llegue a entendernos. Para nosotros, esas masas populares que ven o quisieran ver cine son la fuerza destinada a cambiar el curso de la Historia, a construir una sociedad donde “buenos días” quiera decir realmente *buenos días*..., no para algunos, sino para todos, sin distinción de clase, raza, ni sexo. En su situación de espectadoras esas masas son efectivamente mudas; pero sabemos que son ellas las que tienen “la última palabra” y queremos dársela

desde ahora, puesto que estamos en la posición privilegiada de dominar un lenguaje capaz de traducir las más urgentes y secretas aspiraciones colectivas.

¿Cómo hacerlo? ¿Cómo convertir el monólogo en diálogo y el diálogo posible en un debate permanente? ¿Cómo lograr que el espectador salga de la sala a la calle con la clara conciencia de que tiene algo nuevo que decir y una realidad que transformar? ¿Cómo volver después, cámara en mano, a esa realidad en transformación para tratar de estimular nuevos cambios y participar como cincastas en ellos? No lo sé. Pero por eso, justamente, estamos reunidos aquí. Como decía Antonio Machado: "Lo que sabemos entre todos... iesen es lo que no sabe nadie!" Ojalá podamos ir averiguando entre todos qué es lo que realmente sabemos.

1997