


[PORTADA](#)
[INFORMACIÓN GENERAL](#)
[CONSEJO EDITORIAL](#)
[ENVÍO DE ORIGINALES](#)
[NÚMEROS ANTERIORES](#)
[INDEXACIÓN BASES DE DATOS](#)
[CREATIVE COMMONS](#)
[BÚSQUEDAS](#)
[CONTACTO](#)

DENTRO DE C&S

OK


[Reseña /](#)

Juan José MUÑOZ GARCÍA

De Casablanca a Solas (La creatividad ética en cine y televisión)

Ediciones Internacionales Universitarias S.A., Madrid, 2005, 183 pp.

Se podrá o no estar de acuerdo con las afirmaciones vertidas en esta obra, pero el autor va exponiendo claramente sus tesis a lo largo de casi doscientas páginas, y los análisis de las películas resultan en su mayor parte certeros.

Juan José Muñoz, profesor de Antropología y Ética de la Imagen en el Centro Universitario Villanueva, y que ya había publicado anteriormente un ensayo sobre cine y antropología con el título de Cine y misterio humano (Rialp, 2003), aborda la nunca olvidada cuestión de las relaciones entre estética y ética, entre la plasmación de la belleza y el bien desde diversas perspectivas y, en particular, desde la representación audiovisual del sexo y la violencia.

Ya desde la introducción, Muñoz afirma que el final de Casablanca nos emociona tanto porque es fruto de la unión entre ética y estética. Rick (Humphrey Bogart) advierte que debe subordinar su pasión amorosa a un valor superior. Y decide renunciar a Ilsa (Ingrid Bergman) para que ella vuelva con su marido, que es a quien pertenece, y al que debe apoyar en su lucha contra el nazismo. Tanto el público, como los expertos en guión cinematográfico, admiten que cualquiera de los finales alternativos que se barajaron (la muerte del marido para dejar vía libre a los amantes, o la muerte de Rick) hubiera defraudado a crítica y público. Esos finales alternativos no respetaban un principio básico de la narrativa audiovisual: que el desenlace de una película, en la medida de lo posible, sea resultado de las decisiones de los personajes.

De este modo, el autor pretende mostrar que la creatividad es también un asunto ético, y que está relacionado con las experiencias "de encuentro", lo que supone que se debe abandonar la actitud "objetivista", o de mero dominio, para saber percibir los "ámbitos" de realidad y no meramente objetos. Y es que las ideas éticas que posee una persona dependen, en gran parte, de sus experiencias vitales. En el libro, citando a filósofos personalistas, se habla de tres tipos de experiencias: encuentro, dominio y fusión. De los tres, el encuentro es el más creativo, porque se desenvuelve con ámbitos (personas, obras de arte y valores éticos). Las personas se encuentran, pero los objetos se dominan o fusionan. Muñoz toma como referencia estos tres tipos de experiencia para valorar el calado ético de una película.

Tal vez sea éste el punto del libro que se preste a un mayor desacuerdo: el que resulta deudor de una terminología "técnica" demasiado en dependencia del vocabulario de López Quintás, pero no hay que olvidar que el autor realizó la tesis doctoral sobre la afinidad entre las experiencias estética, ética y religiosa, bajo ese preciso magisterio. A lo largo de las páginas del libro desfilan temas como el conflicto entre ética pública y privada o el descubrimiento de los valores, tal como vienen tratados en películas como "Primary Colors" o "Los miserables". Se analizan en torno a unos cuarenta títulos y en realidad afloran una gran parte de las vivencias humanas, que se pretenden valorar desde la perspectiva de lo que se podría decir que el autor entiende como la "verdad sobre el hombre", siempre con una visión trascendente de la persona humana.

Es patente su conocimiento del mundo cinematográfico, como también lo es que no elude tomar partido en afirmaciones que pueden resultar controvertidas como cuando hace una "reivindicación ética de la elipsis": "Muchas veces se afirma que las escenas de sexo explícito son una exigencia del guión. Pero no es verdad. Sí puede ser una exigencia del argumento que haya una relación sexual entre los personajes, pero no que haya de mostrarse con imágenes explícitas. La elipsis exige más creatividad y da lugar a mejores resultados cinematográficos, pues cuanto más se muestra, menos creativo se es" (p.137).

El fundamento antropológico de las propuestas que aparecen a lo largo del trabajo viene en parte aclarado por el Glosario –siendo acertado, tal vez hubiese merecido una mayor atención en aras de facilitar la comprensión global del texto como parece ser su objetivo– que, junto a los índices y la bibliografía completan un libro que, en definitiva, plantea con suficiente rigor una cuestión de no poca trascendencia y muy recomendable para profesionales y estudiantes de comunicación.

José Luis FONS MARTÍN
jlfons@villanueva.edu
[arriba](#)