

## EL ICAIC: CINE COMO PERSUASIÓN

Patricia Muñoz

**Para** iniciar este artículo, es pertinente antes que nada centrar uno de los conceptos principales: persuasión. Etimológicamente dicha palabra procede del latín *persuasio*, y hace referencia a aquellos actos del lenguaje cuyo objetivo es influenciar la actitud de otros con respecto a hechos concretos. Específicamente Petty y Cacioppo definen la persuasión como “cualquier cambio, intencionalmente buscado que ocurre en las actitudes de las personas como consecuencia de su exposición a una propuesta persuasiva”.<sup>1</sup> Por tanto, si se muda esta idea al espectro de la comunicación puede afirmarse que “la comunicación es persuasiva cuando tiene fuerza para mover a su interlocutor potencial a creer o hacer alguna cosa, pues lo que pretende con ella, en definitiva, es inducir una cierta actitud en él”.<sup>2</sup>

De acuerdo con Borrell,<sup>3</sup> y teniendo en cuenta la relación acción-reacción despertada en el destinatario o receptor de la comunicación persuasiva, se identifican diferentes tipos de persuasión generada a través del lenguaje:

- Persuasión identificativa: donde el emisor aprovecha la existencia de la necesidad de sentirse parte de un grupo concreto o de precisar parecerse a otro individuo o grupo de individuos. En este caso, la esencia de la estrategia persuasiva se orienta a la exploración del sentido de pertenencia o emulación de un tercero para modificar actitudes y conductas del individuo.
- Persuasión normativa: Las normas implícitas o explícitas del grupo o de la persona promueven el ajuste o cambio de actitud o conducta.
- Persuasión argumentativa: El mensaje se orienta hacia el beneficio en un intento por conseguir un cambio de actitud o conducta.

<sup>1</sup> Richard Petty y John Cacioppo, “The elaboration like likelihood model of persuasion”, *Advances in Consumer Research*, Volumen 11, 1984, p. 673.

<sup>2</sup> Luisa Paz, “Sobre el origen de la comunicación persuasiva: una propuesta desde la filosofía de la comunicación de Heidegger”, *Studium: Revista de Humanidades*, México, 2008, p. 90.

<sup>3</sup> Francesc Borrell, “Comunicar bien para dirigir mejor, la comunicación como forma de ilusionar”, Barcelona, Gestión, 2000.



Ahora bien, es importante recordar que, como toda comunicación, la comunicación persuasiva posee los mismos elementos que cualquier otra clase de comunicación: emisor, mensaje, canal, receptor, contexto e intención. Dichos elementos jugarán un papel preciso en la construcción de mensajes y en el establecimiento de “puentes” que conecten las ideas y las intenciones del emisor con los receptores. En esta línea de ideas, se hace referencia a la comunicación persuasiva en política, donde Sibaja define la comunicación política como “un proceso de gestión de la visibilidad del ejercicio del poder, identificando en dicho proceso diferentes elementos clave según sea el contexto político: electoral, regular o de crisis”.<sup>4</sup>

En este sentido Peña (2010) señala que los políticos, especialmente en el período electoral, precisan apoyo, más votos para alcanzar el propósito que no es otro que ganar las elecciones y así acceder al poder y, para conseguirlo, utilizarán los argumentos más efectivos. Pero también otros procesos políticos deben estar acompañados por el apoyo y por la aceptación social, donde los receptores se adhieran a los preceptos y principios de dichos procesos y,

<sup>4</sup> Gina Sibaja, “¿Cómo estudiar la comunicación política? Un zoom a sus elementos clave”. *Más poder local*, México, Issue, 2012, p. 41.

también, necesitan de toda una estructura epistémica de varios entramados (comunicación, cultura, educación, etc.) que justifique repetidamente y de manera efectiva del por qué tal o cual actor político controla el poder.

Es por todo lo anterior que aquí surgen las cavilaciones en torno al análisis de las creaciones cinematográficas en contextos sociopolíticos determinados con necesidades concretas de comunicación política y en donde la persuasión juega un papel importante. Como se había expuesto

en el ensayo anterior, el ejercicio cinematográfico consiste en presentar imágenes, circunstancias e historias articuladas de manera lógica, racional y emocional. En ese sentido, la política recurre a la narrativa y a la construcción cinematográfica para construir un andamiaje persuasivo que atraiga y convenza a los receptores de abstraer ideas predeterminadas por un emisor.

Un ejemplo de ello puede identificarse en Cuba. Con el triunfo de la Revolución Cubana en enero de 1959, se vislumbraron nuevos caminos para aquel país. El movimiento revolucionario traspasó el ámbito político, pues sus líderes sabían que la cultura era un punto medular para realizar un cambio político y social de raíz. En ese sentido, el cine representaba un vehículo desde donde se podrían emprender acciones enfocadas a entablar una relación de la sociedad cubana con las nuevas ideas que trajo consigo el cambio político de la Revolución. Por ejemplo, el 24 de marzo de 1959 se dio lectura a la nueva Ley Número 169, que dio paso a la constitución del Instituto Cubano de Arte e Industria Cinematográfica (ICAIC)<sup>5</sup>, lo cual representaba una oportunidad de mirar y ser vistos de diferente forma.<sup>6</sup> Progresivamente, se asignó a dicho organismo presupuesto estatal y se empezaron a crear las condiciones materiales y organizativas para contar con una industria cinematográfica nacional.

En un principio, “el cine que proponían [dentro del ICAIC] era un cine menos complaciente y más irreverente. Un cine cuestionador, que rescatara la historia y pusiera en evidencia las contradicciones más contemporáneas... De



*Soy Cuba* de Mijail Kalatózov, 1961

hecho, era un golpe mortal al folklorismo y al nacionalismo más extremo. Era tal vez el paso más avanzado en el camino de la modernidad del cine latinoamericano.”<sup>7</sup>

La producción cinematográfica que se pretendía gestar después de la Revolución conjugó propaganda, divulgación ideológica e historia, con el fin de validarse tanto a nivel nacional como internacional.

Con la creación del ICAIC, Alfredo Guevara, Julio García Espinosa y Tomás Gutiérrez Alea, por mencionar a las figuras más representativas, llevaron adelante el proyecto cinematográfico de la Revolución, que tenía como objetivo crear un cine verdaderamente nacional, ya que era un medio idóneo para interrogar a la contemporaneidad y al pasado histórico desde el rigor intelectual y desde el espectáculo. Además, el cine representaba un elemento cultural que podía servir como un lienzo político con contenido persuasivo, al mostrar historias que conectaran los ideales revolucionarios, el nuevo proyecto de nación con lo que el nuevo gobierno revolucionario quería lograr a nivel social y político.

Es así como rápidamente los fundadores del ICAIC se dieron a la tarea de filmar testimonios de hazañas revolucionarias. Las primeras cintas se enfocaron en presentar historias épicas de la Revolución con un contenido persuasivo, con la intención de que dichas historias cinematográficas influenciaran sobre las actitudes, la forma de ver la nueva realidad social y, hasta cierto punto, marcarían las pautas de cómo actuar ante ella. Las primeras cintas fueron:

<sup>5</sup> El Acta Fundacional del ICAIC dejó asentado que “el cine constituye por virtud de sus características un instrumento de opinión y formación de la conciencia individual y colectiva [...] un llamado a la conciencia y contribuir a liquidar la ignorancia, a dilucidar problemas, a formar soluciones y a plantear, dramática y contemporáneamente, los grandes conflictos del hombre y de la humanidad”.

<sup>6</sup> El antecedente inmediato del ICAIC es el Departamento Cinematográfico de la Dirección de Cultura del Ejército Rebelde.

<sup>7</sup> Julio García Espinosa, “La vida como un largo camino de atajos”, en *Un largo camino hacia la luz*, La Habana, Ediciones Unión, 2000, p. 176.



- *Historias de la Revolución* (primer largometraje de ficción estrenado por el ICAIC), Tomás Gutiérrez Alea, 1960.
- *El joven rebelde*, Julio García Espinoza, 1961.
- *Soy Cuba*, coproducción con la URSS, dirigida por Mijaíl Kalatózov, 1961.

Las historias de estos filmes presentaban una estructura argumentativa, narrativa y estética encaminada, en un primer nivel, a mostrar los antecedentes inmediatos de la Revolución, la vida política y social al triunfo de dicho movimiento y las bonanzas que el giro revolucionario traerían al país. En un segundo nivel, la persuasión estaría presente en cada uno de los filmes. Como, por ejemplo, en *El joven rebelde*, que narra la historia de Pedro, un joven campesino que abandona su hogar para unirse al Ejército Rebelde en la Sierra Maestra. Una historia de superación personal, vinculada a las luchas insurreccionales en Cuba que culminaron con el triunfo de la Revolución y que muestran diferentes experiencias que van transformando al protagonista: lo hacen “consciente” de su presente y contribuyen a crearle una verdadera conciencia revolucionaria.

En el caso de *El joven rebelde*, se encuentran dos tipos de persuasión: identificativa y normativa. La persuasión

identificativa se hace presente al aprovechar la fragmentación y reacomodo de los diferentes grupos sociales (los seguidores de Fulgencio Batista, los grupos católicos, la clase obrera, los sectores campesinos, etc.), al tratar de crear una identificación con el movimiento revolucionario creando una estrategia persuasiva-discursiva orientada a cultivar el sentido de pertenencia a la Revolución Cubana, tratando de modificar conductas por medio de la identificación lógico-sensible de la transformación moral-emotiva del personaje principal. Esto es: el abandono de las ideas capitalistas e individualistas, dejar de lado los comportamientos y las tendencias culturales “yankees”, asumiendo los preceptos socialistas como una base política para el nuevo comienzo de la vida en la isla.

Por otro lado, la persuasión normativa aparece en varios momentos del filme al mostrar de manera explícita las nuevas normas y la ideología revolucionaria. Esto es, se trazaron los principios normativos que debería tener cada cubano para ser, como llegó a mencionar Alfredo Guevara (1963), un hombre nuevo que respondiera y trabajara con las bases políticas revolucionarias en pro de la nueva realidad cubana. Por medio del filme, se expondrían y se justificarían las expropiaciones, las nacionalizaciones y las confiscaciones de bienes; se mostrarían las nuevas regulaciones en torno a la reforma agraria, la reforma de salud y la reforma educativa; finalmente, se mostrarían las actitudes y las conductas que la sociedad debía seguir para erradicar el pasado y seguir sembrando las semillas de dicho proceso revolucionario.

Es así como la institucionalización de la industria cinematográfica cubana, al triunfo del movimiento revolucionario, ayudó a comunicar las nuevas ideas políticas. Pero, es de resaltar, que el cine no simplemente funcionó como un espectáculo y un simple entretenimiento, sino que también funcionó como un eslabón de la estrategia de comunicación política, ya que la persuasión jugó un papel principal en la pantalla grande al transmitir las ideas de la Revolución al pueblo cubano de manera rápida y seductora y al marcar las pautas que la sociedad debía seguir. ☒

---

**Clara Patricia Muñoz Quintero.** Mexicana, Doctora en Estudios Latinoamericanos de la UNAM. Investigadora invitada del Instituto Cubano de Arte e Industria Cinematográfica, de la Cinemateca de Cuba en La Habana Cuba y de la Escuela Internacional de Cine y TV en San Antonio de los Baños, Cuba. En Bolivia realizó investigaciones en la Cinemateca Boliviana y en la Universidad Mayor de San Andrés, en La Paz. Las investigaciones que desarrolla se enfocan en la historia social del cine latinoamericano en países como Cuba, Bolivia, México, Nicaragua y Ecuador. Actualmente realiza una investigación sobre un análisis comparativo entre los cines contemporáneos de México y España en torno a la supervivencia de las imágenes del racismo.