

Coordenadas para una sociología del cine

Fernando Vizcarra
Universidad Autónoma de Baja California

Abstract

Uno de los acontecimientos socioculturales más importantes del siglo XX es el desarrollo del fenómeno cinematográfico. Esta ponencia propone algunos elementos teóricos y metodológicos para la investigación y el análisis del universo fílmico, desde una perspectiva fundamentalmente sociológica. Particularmente, sugiere la exploración de las categorías de lo artístico y lo industrial en el discurso cinematográfico.

1. El cine como arte.

En el contexto de los años 60's, las interrogantes sobre las implicaciones de lo social en la obra artística son atendidas por Lucien Goldmann, entre otros autores, quien aborda desde la perspectiva del estructuralismo genético la problemática de la sociología de la cultura en general y de la sociología de la literatura en particular. Goldmann (1967, 1969) se empeña en formular tres leyes universales que prescriben la conducta de los sujetos para explicar, a partir de éstas, los códigos específicos que posee la creación cultural y, en especial, la obra literaria. De acuerdo con su tesis, la primera ley o constante humana se refiere a la creación de estructuras significativas: el pensamiento, la afectividad y el comportamiento de las personas están impregnados por el sentido. Estas estructuras significativas producidas en el seno de los grupos humanos cumplen funciones de cohesión y jerarquización de las relaciones sociales, conformando así la noción gramsciana de visión del mundo. La segunda constante apunta hacia la consecución de la coherencia entre las visiones del mundo y las estructuras globales de la sociedad. Las personas tienden a acercar su pensamiento y su acción con las formas sociales en que éstos se representan, produciendo así redes de interacciones sociales ancladas en un saber colectivo, desigual y desnivelado, que se proyecta desde el sentido común hasta el conocimiento más especializado. La tercera característica esencial del comportamiento humano es la tendencia hacia la superación, comprendida como un proceso permanente de transformación de los sujetos y sus mecanismos de estructuración. El carácter dinámico de lo humano y lo social, definido por el impulso de la racionalidad –una de las condiciones centrales de la modernidad que, desde la óptica de Anthony Giddens (1999), separa el tiempo y el espacio, crea sistemas abstractos y sitúa la reflexividad en la base del sistema social–, libera la noción de estructura de aquellos sinónimos de lo estático o lo invariable. De allí que Goldmann insista en que no deberíamos hablar de estructuras, sino de procesos de estructuración. Desde este enfoque, la producción artística se asume no como un reflejo mecánico de la conciencia colectiva, sino como una forma muy avanzada de producción significativa, coherencia y transformación. La obra del artista, en consecuencia, responde a la elaboración sociohistórica de un conjunto de categorías y formas discursivas preescritas que

habrá de incorporar a su universo significativo y a sus códigos de expresión con mayor profundidad, rigor e innovación que los demás miembros de su colectividad. Simultáneamente, el producto artístico concierne a las aspiraciones y visiones del mundo de cada época, convirtiéndose así en un fenómeno eminentemente social e histórico. En concordancia con Goldmann, el filósofo Erich Kahler (1993) sostiene que lo que define a una obra de arte es su profundidad simbólica, su perfección formal y su originalidad, justamente, los principios que en otra escala caracterizan lo humano y lo social.

Para Kahler, lo constitutivo del discurso artístico, ese valor fundamental que prevalece, es

“la relación entre lo específico, sea excepcional o no excepcional, y lo universal; y no una ‘adecuación’, sino una identidad lograda entre lo particular y lo general. Ningún acontecimiento singular posee un valor artístico mientras carezca de una importancia humana general. (En este sentido, toda obra de arte) carga un acontecimiento o una situación de una profunda intensidad que los convierte en un asunto y potencialidad de todo ser humano” (Kahler, 1993:21-22).

Visto así, el arte cinematográfico puede revelarnos vastos territorios de la naturaleza humana y social mediante la puesta en escena de realidades imaginadas o recreadas, sean ordinarias o extraordinarias, que permanecen en el horizonte cultural de distintas épocas y sociedades debido a su gran vitalidad, su poder de encarnación y su capacidad para iluminar múltiples senderos de lo humano. En todo texto fílmico, resulta pertinente explorar la cuestión de la profundidad simbólica a partir de las relaciones entre lo estético-argumentativo (no debemos olvidar que forma y contenido, expresión y sustancia, son dimensiones de un mismo objeto) que podríamos situar en el nivel del sintagma, y un universo simbólico-material más amplio y determinante que podríamos definir a partir de la noción de paradigma. En efecto, este vínculo entre lo *universal* y lo *específico* al que se refiere Kahler, puede ser abordado desde una perspectiva sociosemiótica como el conjunto de correspondencias entre paradigma y sintagma, es decir, entre *“un nivel latente de posibilidades lingüísticas y un nivel patente de realizaciones lingüísticas”* (Becerra, 1990).

Si admitimos la presencia de estructuras en todo lenguaje, y establecemos que éstas tienen correlaciones con las estructuras del mundo (ya sean campos, sistemas abstractos, instituciones, formas culturales o géneros discursivos), también podemos constatar la paradoja que concibe al sintagma como una forma de acceso al paradigma, ese proceso que permite la entrada al sistema o, dicho de otro modo, lo patente que da acceso a lo latente, y que al mismo tiempo reconoce, de acuerdo con Jesús Becerra, que

“esto no es posible porque todo sintagma está incluido en el repertorio de su paradigma, porque todo lo patente estuvo latente; en fin porque si hay estructura en un plano, también la hay en el otro: si la estructura latente comienza a ser buscada en lo patente es porque algo de ella está allí” (Becerra, 1990: 7).

Por ello, debemos tener en cuenta que tanto el sintagma (que podemos asociar al concepto de *estructuras estructurantes* de Bourdieu o al de *diacronía* de Saussure) como el paradigma (*estructuras estructuradas* o *sincronía*) son constitutivos de toda estructura cinematográfica y,

por lo tanto, cualquier interpretación sociológica del texto fílmico consiste en un redescubrimiento (reelaboración de un sentido posible) de lo que ya está inscrito en su horizonte de posibilidades discursivas. Sin embargo, los procedimientos sociosemióticos necesarios para construir desde la hermenéutica los puentes lógicos entre los sintagmas y sus paradigmas, están lejos de obedecer a operaciones cerradas o mecánicas, como lo establece Becerra:

“Si el paradigma es el sistema de elementos combinatorios significativos en potencia, es decir, el plano de lo latente y el sintagma es el proceso de producción de elementos significativos en acto, es decir, el plano de lo patente, la estructura resulta por fin flexibilizada. La estructura deviene como sistema en proceso de elementos de producción significativa (definida todavía por las relaciones de oposición)” (Becerra, 1990:14).

En su nivel sintagmático, lo estético-argumentativo puede ser analizado a partir del concepto socioantropológico de *situación*, concebido como unidad básica de composición de la vida social y, por extensión, de cualquier relato fílmico. El concepto de situación está constituido por la correlación de sujetos (quiénes), acciones (hacen qué), objetos (para qué o con qué motivo), tiempo (cuándo) y espacio (dónde), indicadores indispensables para cualquier registro etnográfico. La profundidad simbólica del texto fílmico, en consecuencia, se puede construir a partir de la relación entre el nivel estético-argumentativo (sintagmático) y su dimensión lingüística, institucional y sociohistórica (paradigmática). Por lo tanto, toda tentativa de exploración sociosemiótica pone en juego las oposiciones: denotación/ connotación, texto/ contexto, en acto/ en potencia, patente/ latente, histórico/ lógico, específico/ análogo, concreción/ totalidad. La exploración fílmica no puede soslayar el entrecruzamiento del texto observado y los imaginarios textuales a los que se refiere. De otro modo, el ejercicio interpretativo quedará reducido a una lectura del filme objeto cuyo resultado será simplemente una descripción.

De igual forma, hemos mencionado que otra propiedad de lo esencialmente artístico es lo que Kahler denomina *perfección formal*, y que Goldmann asocia con la tendencia humana hacia la coherencia. Según los antiguos, la naturaleza de la forma artística está asociada al principio aristotélico de coherencia y consistencia (Aristóteles, 1985). Lo anterior puede remitirnos al concepto de *forma cerrada* o *forma lograda*, en donde cada elemento constitutivo de una obra deberá tener un vínculo exacto e indispensable con la totalidad de su formato. Según Kahler, se trata de un tipo de obra *“tejida con mallas tan cerradas, con tal precisión e interacción de las partes que ni el más mínimo detalle resulta superfluo o fuera de lugar”* (Kahler, 1993:22). Desde esta óptica, el valor o relevancia de una obra estará en función de la pertinencia y exactitud con que sus elementos se integran a la totalidad. Por lo tanto, la perfección de la obra, no será el resultado de una simple sumatoria de partes aisladas, sino una rigurosa relación estructural de elementos que constituyen un todo. Detrás de lo perceptible, se halla una estructura compuesta de manera consistente, que hace que lo que comunique la obra artística lo comunique desde su propia centralidad. Aunque la idea aristotélica de arte introduce otras nociones como armonía, belleza, magnitud, orden, mimesis y equilibrio, podemos afirmar en términos generales que la obra artística, bajo esta perspectiva, deberá ser redonda y exacta, es decir, íntegra. La búsqueda de dicha integridad, calificada y sublimada

por el poder de nominación del propio campo de producción artística, representa un paradigma de la inclinación humana y social hacia la coherencia, según la óptica de Goldmann. Coherencia entre un tejido móvil de representaciones colectivas (valores estéticos dominantes) y un catálogo plural de prácticas cotidianas (donde se materializa el proceso de creación artística), que en el espacio jerarquizado de las funciones y los fines, nos revela ese poderoso dispositivo de estructuración que Pierre Bourdieu (1999) denomina el sentido práctico.

A pesar de sus continuas convulsiones estéticas, el arte del siglo XX incorpora estos principios en sus múltiples y contradictorias manifestaciones. El arte, figurativo o abstracto, seguirá siendo la forma *lograda*, comprendida como integridad plena, o unidad autosuficiente, o entidad autónoma a manera de microcosmos. Esta será la matriz conceptual del cine como arte en general y de la estética cinematográfica en específico. La estética, como objeto y disciplina de las formas artísticas, constituye una de las dimensiones de análisis más importantes del fenómeno fílmico y, lamentablemente, uno de los tópicos menos atendidos por la sociología del arte y del cine en particular. De hecho, todo proceso comunicativo posee un fondo estético que puede incidir en el significado del discurso y en la naturaleza y sentido de la interacción de los sujetos. De allí la importancia de pensar la estética no sólo como filosofía del arte, sino también como estrategia comunicacional. Es decir, como el análisis de la disposición intencional de los elementos formales del discurso para la búsqueda de la eficacia en los procesos de comunicación. Para los propósitos de una sociología del cine preocupada por la problemática de las formas del discurso fílmico, es posible asumir la noción de estética cinematográfica como el objeto y estudio de las estructuras internas que definen la composición visual y sonora de un filme.

Además de los principios de profundidad simbólica y perfección formal (sustancia y expresión), Kahler menciona la propensión del arte, en particular el arte moderno y contemporáneo, a buscar la originalidad o la innovación, y que Goldmann enlaza con la tendencia de los humanos hacia la superación y la transformación. Entendida como tradición que se renueva, la innovación no es una simple negación de las formas del pasado. Se trata de un impulso creativo orientado a transformar, desde su interior, un sistema de valores, lenguajes y contenidos históricamente determinados, a través del cual se posibilita la existencia y continuidad misma del campo artístico. Toda acción transformadora, que supone sustancialmente un ejercicio de libertad encauzada (*libertad bajo palabra*, diría Octavio Paz refiriéndose a la libertad creadora del poeta condicionada por las leyes y posibilidades del lenguaje), se realiza mediante un juego de tensiones al interior del campo, y se define por las estrategias y recursos de lucha tanto de aquellos actores que se sitúan en el espacio de la ortodoxia como los que responden desde la herejía (Bourdieu, 1990). Innovar en el arte significa actuar sobre las condiciones sociohistóricas e institucionales que establecen tendencias, formas de exclusión, poderes y jerarquías, a fin de traspasar los signos expresivos o poéticos a partir de posibles combinatorias. Así, una obra de arte original puede considerarse como una síntesis inédita de su propia tradición. Y no necesariamente porque ésta imponga límites, sino porque sólo a partir de la tradición se puede reconocer la dimensión de lo posible. Si la imaginación es “*deseo en movimiento*”, como asegura Octavio Paz (1998), lo nuevo no radica en lo que se dice, “*sino en el acontecimiento de su retorno*”, como lo establece Michael Foucault (1983).

Estos conceptos orientados a fundamentar la noción del cine como expresión artística serían insuficientes para los propósitos de cualquier reflexión sociológica si no consideramos el contexto histórico y social que introduce, de manera compleja, ciertos elementos condicionantes tanto en los procesos de producción cinematográfica como en los marcos interpretativos del propio objeto de conocimiento. Es necesario tomar en cuenta las estructuras sociohistóricas del fenómeno fílmico para comprender e interpretar sus peculiaridades estéticas y argumentativas. En este sentido, Bourdieu reconoce que la *“sociología o la historia social no pueden entender nada de la obra de arte, y sobre todo de lo que forma su singularidad, cuando toman como objeto un autor o una obra de manera aislada”* (Bourdieu, 1990:229). La tradición humanística, por su parte, ha insistido en que la coherencia y validez de la interpretación erudita se fundamenta en gran medida en la capacidad del analista para poner en relación la obra, el autor y su contexto. Al respecto, Klaus Bruhn Jensen sostiene que desde *“una perspectiva humanística, los contenidos deben conceptualizarse como expresión de una subjetividad y estética particulares, y como la representación de un contexto concreto”* (Jensen 1993:29). De este modo, el discurso (el texto fílmico), la subjetividad (el autor como principio de agrupación del discurso) y el contexto (las estructuras sociales) se convierten en elementos centrales para el análisis sociológico del acontecimiento cinematográfico.

Es indispensable, entonces, abordar el fenómeno fílmico simultáneamente como expresión de universos constituidos históricamente, cuyas tradiciones y normas de funcionamiento y reconocimiento, se producen y transforman en espacios sociales cuya tendencia hacia la estructuración incorpora procesos dinámicos donde convergen el orden y el caos. Desde este ángulo, los mundos del arte legítimo y las industrias mediáticas pueden ser comprendidos como campos sociales relativamente autónomos que, de acuerdo a nuestras premisas, comparten constantemente espacios de confluencia tanto en la dimensión estética como argumentativa de un catálogo importante de productos fílmicos. Para Yuri Lotman, *“el cine es un arte de masas”* (Lotman 1979:132), y esta idea nos obliga a retomar el concepto de arte desarrollado por Wladyslaw Tatarkiewicz:

“El arte es una actividad humana consciente capaz de producir cosas, construir formas o expresar una experiencia, si el producto de esta reproducción, construcción, o expresión puede deleitar, emocionar o producir un choque” (Tatarkiewicz, 1992:67).

De este modo, a partir de una perspectiva que recupere la dimensión tanto histórica como estructural de los fenómenos sociales, podemos considerar la estética cinematográfica como un tipo de mediación expresiva donde pueden converger las estrategias discursivas de las industrias mediáticas y del campo de producción artística, encaminadas a *deleitar, emocionar o producir un choque*. Las mediaciones expresivas del discurso fílmico, en tanto que resultado de un oficio propiamente comunicacional, operan entre la realidad y ciertas representaciones colectivas (Sánchez Ruiz, 1992). En este orden, puede resultar de gran utilidad el concepto bourdeano de campo de producción artística, definido como un espacio sociohistórico, estructurado y estructurante, constituido por agentes, instituciones y prácticas relacionadas con la producción, distribución y consumo (tanto material como simbólico) de bienes

artísticos, y que, sin duda, podemos asociar de alguna forma con el concepto de *sistemas expertos* desarrollado por Giddens (1999).

Los campos del arte legítimo y de las industrias mediáticas tienden a la estructuración en la medida en que poseen formas más o menos estables de reproducción del sentido, desplegando así un conjunto de normas y reglas no siempre explícitas que tienden a establecer lógicas de relación (no exentas de conflicto) entre personas y grupos. Los principios de funcionamiento de los campos son asimilados por los individuos a través de procesos complejos de socialización que hacen de estos espacios *estructuras estructuradas y estructurantes*. Es así como los sujetos (cineastas, productores, actores, escritores y guionistas, distribuidores, exhibidores, publicistas, empresarios, espectadores, críticos, investigadores y todos aquellos asociados de una u otra forma al universo cinematográfico) quedan implicados en una red multidimensional de relaciones desniveladas y desiguales, produciendo formas reconocibles de interacción social y contribuyendo a estructurar y reestructurar permanentemente los sentidos y las dinámicas del mundo fílmico. Bourdieu confirma, entonces, que los “*agentes tienen una captación activa del mundo. Sin duda construyen su visión del mundo. Pero esta construcción se opera bajo coacciones estructurales*” (Bourdieu, 2000:133). Es decir, los sujetos se hallan inscritos en espacios sociales estructurados y dinámicos, a los que responden y son capaces de modificar mediante la constante transformación del habitus, una tendencia que, además, Goldmann reconoce como característica de la naturaleza humana. Son los campos de producción artística y mediática, por lo tanto, los espacios sociales de estructuración y articulación histórica de las percepciones, valoraciones y prácticas relacionadas con la realización del arte cinematográfico.

Concebido como un espacio multidimensional donde lo simbólico tiene una importante función reproductora, el campo del cine administra y orienta (desigual y desniveladamente) la energía de contingentes sociales y es capaz de construir aspiraciones e imaginarios colectivos. Estas estructuras de mediación, donde se forman tanto públicos como redes ideológicas, fundamentan su articulación no sólo en principios y normas (a veces implícitas) de interacción entre los diversos agentes del campo (el director, el inversionista, el cinéfilo, el periodista, el comerciante, el académico, etc.), sino, principalmente, en un conjunto de valores compartidos que alimentan de manera decisiva los sentidos de la acción grupal.

De este modo, un campo está constituido por la existencia de capitales comunes (valores simbólicos y materiales en torno a los cuales se organiza y desorganiza la acción colectiva) y por un conjunto de estrategias de lucha que tienden a la apropiación de los mismos. En el marco de sus respectivas autonomías relativas, resultado de sus particulares procesos históricos, tanto el campo del arte legítimo como el de la industria mediática eligen y jerarquizan las formas de expresión y desarrollo del conflicto, fijan los roles, además de los niveles de participación de los individuos en los espacios institucionales, y establecen los mecanismos de relación de personas y grupos que, simultáneamente, producen y reproducen el sentido y la creencia en el valor lúdico, comercial, estético, político, moral, etcétera, de la oferta cinematográfica. Al configurar históricamente un conjunto de principios de interacción social y de formas de expresión del conflicto, los campos tienden a evitar su propia disolución o exterminio, heredando, así, pasiones, compromisos, ideales y deberes a las siguientes

generaciones. Para garantizar su existencia y continuidad, el mundo del arte cinematográfico debe institucionalizar la formación de agentes y públicos en todas sus esferas.

Toda la historia del cine, entonces, subyace en las películas, las biografías de actores, realizadores y públicos, en las tendencias y en los antagonismos. Así que para acceder al universo cinematográfico (realizarlo, innovarlo, comercializarlo, disfrutarlo, comprenderlo), tanto el productor, el distribuidor y el consumidor deben dejarse poseer por la historia misma del campo.

Podemos afirmar, entonces, que la conformación del arte cinematográfico responde a procesos históricos donde el sentido de la creación artística (junto con sus productos) se ha venido transformando en relación con las particularidades de cada escenario de conflicto. En esta esfera, el valor de una obra cinematográfica en particular no estriba, de manera aislada, en el costo de producción, las tecnologías empleadas, la construcción de escenarios o el tiempo invertido por el director, el productor o el equipo de trabajo en general, tampoco reside en el oficio y trayectoria de los actores y demás colaboradores, ni en el prestigio del medio de exhibición o de comercialización, ni en las redes de distribución de las industrias mediáticas, ni en la valoración de los críticos y los investigadores, ni en el reconocimiento de una comunidad de homólogos, ni en los premios obtenidos, ni en las leyes del mercado, ni en la recepción de los públicos, sino en la convergencia conflictiva, contradictoria y desnivelada de todos estos factores, y muchos más, que conforman la dinámica propia del campo de producción cinematográfica. Es en este espacio, entonces, donde se gesta continuamente el valor de las obras filmicas y la creencia en dicho valor. Es aquí donde se libra una lucha incesante y, gracias a la configuración del habitus, no del todo consciente (o aparentemente *desinteresada*) en torno a la apropiación de posiciones privilegiadas (el director consagrado, el periodista influyente, el que sabe apreciar una película, el que posee una videoteca y fuentes de información, el espectador que se refiere a directores, guionistas y actores, el historiador acreditado) y al reconocimiento entre los agentes, grupos y tendencias vinculados con las diversas formas en que se manifiesta el fenómeno cinematográfico.

2. El cine como industria.

El cine puede ser un producto artístico al que debemos añadir la cualidad de lo masivo, entendido como aquellos bienes simbólicos y materiales diseminados por las industrias culturales y consumidas por amplios sectores de población heterogéneos y anónimos expuestos a un desarrollo tecnológico más complejo. En este orden, la noción de industria cultural y sus frecuentes derivaciones en industria mediática o industria audiovisual, proviene de las escuelas o corrientes de pensamiento crítico encaminadas a reflexionar sobre las consecuencias socioculturales de la comunicación masiva. Por su parte, el origen específico del término *industria cultural* data de mediados de los años cuarenta, cuando Max Horkheimer y Theodor Adorno, filósofos de la Escuela de Frankfurt establecidos en los Estados Unidos, acuñan este concepto entendido como un régimen de producción masificada y estandarizada de bienes culturales, sustentado en la racionalidad mercantilista y tecnificada del capitalismo. Se trata de aquellos productos culturales (filmes, revistas, programas de radio y televisión, música, libros, historietas, publicidad, deportes, etc.) que, fabricados de acuerdo al esquema organizativo de cualquier industria como la automotriz o la de manufacturas, basado en la serialización, la estandarización y la división del trabajo, desencadenan una

cultura de masas cuya racionalidad técnica tiende a degradar lo esencialmente humano. Desde esta óptica, la mutación de la obra artística en mercancía destruye su capacidad crítica y diluye en el espectador la posibilidad de invocar una experiencia profunda. Los planteamientos de Horkheimer, Adorno y, por supuesto, Walter Benjamín y Herbert Marcuse, se centran a grandes rasgos en el modo cómo la reproducibilidad tecnológica penetra el arte y la cultura convirtiéndolos en instrumentos propios de la alienación que fomenta el capitalismo mundial.

Si bien es cierto que los filósofos de la Escuela de Frankfurt aportaron al dominio de los estudios socioculturales una enorme dosis de reflexividad crítica que la tradición funcionalista no ofrecía en aquel momento, también lo es que sus postulados esenciales acerca de la industria cultural, la cultura de masas y, principalmente, la relación entre el arte y la tecnología, fueron continuamente refutados. Sobre todo con respecto a la concepción del arte como gestor de la revolución social, una noción heredada de las vanguardias estéticas de la primera mitad del siglo XX. Esta sacralización de las facultades del arte, sin duda, impidió el desarrollo de lecturas más plurales en torno a las posibles intersecciones entre lo artístico y lo tecnológico. También fueron cuestionados tanto la estigmatización de la cultura de masas como el tratamiento unilateral de la técnica y su racionalidad. Pero, principalmente, las obras de estos autores están marcadas por la configuración pasiva de los individuos frente a las estructuras, los cuales son asumidos frecuentemente como víctimas de un orden alienante.

A partir de mediados de los años setentas, se revitaliza el estudio crítico de las industrias culturales con base en los enfoques sugeridos por la economía política de la comunicación. Esta corriente sugiere que la producción industrial de mercancías culturales responde a una diversidad de factores tanto políticos y económicos, como tecnológicos y discursivos, sin soslayar las modalidades de apropiación y consumo de los bienes simbólicos, que trasciende el punto de vista vertical y cerrado con que la Escuela de Frankfurt había definido las relaciones entre la cultura de masas y los consumidores. El nuevo tratamiento sobre las industrias culturales exponía preguntas hasta entonces inéditas, como comentan Armand y Michéle Mattelart en torno al trabajo del filósofo francés Jacques Ellul:

“Ellul insiste en el hecho de que la técnica, que había pasado de la condición de instrumento a la de creador de un medio artificial, resultaba en adelante un ‘sistema’ gracias a la conexión intertécnica posibilitada por la informática. Según él, era urgente reflexionar sobre la función de regulación social que la técnica había asumido” (Armand y Michelle Mattelart, 1997:88).

La idea de orden social adquiere mayor complejidad a partir de nuevas apelaciones como imperialismo cultural, sociedad posindustrial, sociedad global y sociedad de la información. Se actualiza la noción gramsciana de hegemonía, se estudia el nivel nacional, transnacional y multinacional de las industrias audiovisuales, ocupando un sitio relevante la industria cinematográfica, se atiende el problema de la innovación tecnológica como medio y mercancía, y se abren nuevas brechas para los estudios posteriores sobre usos y recepción de los contenidos mediáticos.

La industria cultural es entendida, entonces, como un conglomerado amplio de instituciones dedicadas a la producción y difusión de bienes simbólicos, diversificados y estratificados de acuerdo a los sistemas de representación del poder, a su dimensión organizacional y administrativa, a su implementación tecnológica, al diseño de tácticas discursivas y a la compleja conformación de los mercados culturales, entre otras variables importantes. El cine como industria, por lo tanto, se concibe desde este ángulo como un campo de producción simbólica, estructurado y estructurante, conformado por un conjunto de entidades fabriles, monopólicas y transnacionales, cuyos rituales de realización fílmica responden en general tanto al desarrollo de estrategias de expansión y consolidación de mercados como al reforzamiento de los sistemas ideológicos predominantes. Como objeto de consumo, podríamos afirmar que la producción industrial de arte cinematográfico sitúa en primer plano la relación entre costos de inversión y márgenes de utilidad. Su calidad como producto artístico se encuentra unida a su función de mercancía. En este caso, los principios de perfección formal, profundidad simbólica e innovación propios de una obra artística, son permeados por las lógicas del entretenimiento masificado y las formas globalizadas del ocio. En consecuencia, la industria del arte cinematográfico orientada a la satisfacción y ampliación de los mercados, tiende a adoptar cierto grado de estandarización del discurso fílmico a través de los géneros. Un género cinematográfico es una forma discursiva altamente codificada y redundante, cuya ritualización facilita el reconocimiento de las audiencias y establece límites a la interpretación del enunciado, poniendo en juego determinadas premisas y modos de lectura. Todo género es una estrategia discursiva en búsqueda de lo que Umberto Eco denomina el *lector modelo*. Así, la articulación de los principios del arte y las lógicas de la industria, tiende a producir un modo particular de producción fílmica y también de percepción estética, como lo establece Carmen de la Peza:

“El nuevo arte implicado de las industrias culturales busca acortar la distancia entre el objeto artístico y el espectador. A diferencia del arte ‘autónomo’ que se basa en la contemplación como placer óptico, el comportamiento estético que promueven las industria culturales, en particular el cine, es la inmersión como placer táctil. Esta transformación del comportamiento estético de óptico a táctil, ha producido un cambio radical en la forma en que la percepción se organiza, y en la función que cumple el arte en la sociedad” (De la Peza, 1998: 12).

A manera de conclusión, podemos apelar a la obra de Bernard Miége y su equipo de colaboradores, denominada *Capitalismo et Industries culturelles* (1978), en donde se reflexiona acerca de la naturaleza de la mercancía cultural con base en la pregunta vertebral: “¿Qué problemas específicos encuentra el capital para producir valor a partir del arte y la cultura?” (Miége, citado en Mattelart, 1997:83). Sin duda, ésta sigue siendo una pregunta vigente para explorar los múltiples y cambiantes lazos entre el arte contemporáneo y la industria cultural en los fértiles terrenos del cinematógrafo.

Referencias

- Aristoteles. (1985). *La poética*. México: Editores Mexicanos Unidos..
- Augros, Joel. (2000) *El dinero de Hollywood. Financiación, producción, distribución y nuevos mercados*. Barcelona: Paidós.
- Aumont, J.; A. Bengala, et al. (1996) *Estética del cine*. Barcelona: Paidós Comunicación.
- Bantín, Mijaíl M. (1999) *Estética de la creación verbal*. Siglo XXI. México.
- Bayer, Raymond. (1998) *Historia de la estética*. Mexico: Fondo de Cultura Económica.
- Becerra, Jesús (1990) *La semiótica como metodología en las ciencias sociales*. Mimeo.
- Benjamin, Walter. (1998) *Imaginación y sociedad*. Madrid: Taurus.
- _____ (1994) *Discursos interrumpidos*. Barcelona: Planeta/Agostini.
- Bourdieu, Pierre. (1995) *Las reglas del arte*. Barcelona: Anagrama.
- _____ (2000) *Cosas dichas*. Barcelona: Gedisa..
- _____ (1990) *Sociología y cultura*. México: Conaculta.
- De La Peza, Carmen. (1998) *Cine, melodrama y cultura de masas: estética de la antiestética*. México: Conaculta.
- Eco, Umberto. (1984) *Obra abierta*. Barcelona: Ariel.
- _____ (1983) *La estructura ausente*. México: Editorial Lumen..
- Foucault, Michel. (1979) *El orden del discurso*. Barcelona: Tusquets.
- Giddens, Anthony. (1999) *Consecuencias de la modernidad*. Madrid: Alianza Editorial.
- Goldmann, Lucien. (1967) *Para una sociología de la novela*. Madrid: Editorial Ciencia Nueva..
- Goldmann, Lucien; Jean Piaget, et al. (1969) *Las nociones de estructura y génesis*. Buenos Aires: Editorial Proteo..
- Jensen, Klaus Bruhn. (1997) *La semiótica social de la comunicación de masas*. Barcelona: Bosh.
- _____ (1993) Erudición humanística como ciencia cualitativa: contribuciones a la investigación sobre la comunicación de masas, en Jensen y Jankowski (Eds.). *Metodologías cualitativas de investigación en comunicación de masas*. Barcelona: Bosh.
- Kahler, Eric. (1993) *La desintegración de la forma en las artes*. Siglo XXI. México.
- Lotman, Yuri M. (1979) *Estética y semiótica del cine*. Barcelona: Gustavo Gili..
- Martín Serrano, Manuel. (1986) *La mediación de los medios de comunicación*, en M. Moragas (ed.) *Sociología de la comunicación de masas*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Mattelart, Armand; & Michele Mattelart (1997) *Historia de las teorías de la comunicación*. Barcelona: Paidós.
- Paz, Octavio. (1998) *Teatro de signos/ transparencias*. Editorial Fundamentos. Madrid.
- Sánchez Ruiz, Enrique. (1992) *Medios de difusión y sociedad. Notas crítica y metodológicas*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara.
- Tatarkiewicz, Wladyslaw. (1992). *Historia de seis ideas. Arte, belleza, forma, creatividad, mimesis, experiencia estética*. Madrid: Tecnos.