



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MEXICO
POSGRADO DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES**

**ACELERACIÓN TECNOLÓGICA EN LA
MERCANTILIZACIÓN DE PRODUCTOS CULTURALES.
UNA MIRADA A TRAVÉS DE LA ECONOMÍA POLÍTICA DE
LA COMUNICACIÓN Y LA CULTURA**

TESIS

**QUE PARA OPTAR POR EL GRADO DE:
MAESTRO EN COMUNICACIÓN**

PRESENTA:

VÍCTOR RICARDO RAMÍREZ VÁZQUEZ

TUTOR PRINCIPAL:

HÉCTOR FRANCISCO CASTILLO BERTHIER (IIS-UNAM)

CIUDAD DE MÉXICO 31 DE AGOSTO DE 2021



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

Índice

Introducción 3

CAPÍTULO 1

Industrias Culturales, un recorrido histórico hasta los tiempos de globalización.....9

1.1 Racionalidad técnica, una visión a través de la idea de progreso.....9

1.2 Industrias Culturales. Un acercamiento conceptual a Adorno y Horkheimer.....19

1.3 Nuevo orden mundial. Reacomodo estructural de las Industrias Culturales ante las políticas neoliberales y la globalización como narrativa de progreso..... 34

CAPÍTULO 2

Aceleración tecnológica en la mercantilización de los consumos culturales. Una mirada crítica al ciclo de producción de los productos culturales.....48

2.1 Percepción y aceleración en el mundo globalizado.....51

2.2 Incidencia de la aceleración tecnológica en el proceso de mercantilización de los productos culturales62

2.3 Aceleración en la sofisticación técnica del producto cultural.....65

2.4 Distribución acelerada de los productos culturales, rupturas en el tiempo y espacio como pretexto de la innovación tecnológica.....75

2.5 Nuevas formas de alienación ante la innovación tecnológica.....84

CAPÍTULO 3

El cine como Industria Cultural a propósito de la aceleración tecnológica en el proceso de mercantilización.....99

3.1 El cine y tecnología, una relación acelerada durante la globalización...101

3.2 La incorporación del conocimiento dentro de la producción de filmes. Los efectos especiales como forma de innovación acelerada.....105

3.3 Exhibición multipantalla: el triunfo acelerado de la mercantilización....118

3.4 ¿Consumidor sofisticado? Una disertación entre lo tecnológico y la norma narrativa.....135

Conclusiones..... 148

Bibliografía..... 157

Introducción

Hemos progresado muy deprisa, pero nos hemos encarcelado a nosotros mismos. El maquinismo, que crea abundancia, nos deja en la necesidad. Nuestro conocimiento nos ha hecho cínicos. Nuestra inteligencia, duros y secos. Pensamos demasiado, sentimos muy poco. Más que máquinas necesitamos más humanidad

Charles Chaplin

El uso de la tecnología como representación del progreso en la modernidad se ha convertido en un dogma, en un ente incuestionable que tiene como consecuencia primordial el beneficio para el grueso de la sociedad. Su aplicación pareciera ser resultado de una serie de esfuerzos desde distintos frentes, en lo político como un logro del desarrollo de un país, en lo económico como un sostén de toda clase de riquezas y en lo social como un facilitador para sobrellevar la vida cotidiana de las personas, un discurso que abre paso a la vanguardia en su forma tecnológica.

Ante este trazado, en el día a día vivimos y nos relacionamos con la tecnología como algo natural, que nos pertenece y acerca a un grado de desarrollo nunca antes visto, lleno de múltiples beneficios. Cada discurso así como su reproducción nos reafirma que la tecnología en nuestra manera de vivir es indispensable, que abre un mundo de posibilidades para todos aquellos que la posean y llegar a la misma en automático nos sitúa en la cumbre. Alejada de una visión pesimista, la tecnología se engrandece, se asienta como forma predominante de desarrollo en las sociedades modernas y principalmente, sustenta y legitima el rumbo por el que atravesará el mundo, un hilo conductor muy bien conformado para mantener el estado de las cosas y que no encuentra resistencia en donde se establece.

Por su parte, desde las Ciencias Sociales, se problematiza a la tecnología en dos perspectivas polarizadas, la primera entusiasta de la misma que acompaña y da fundamento teórico al desarrollo de la tecnología en las sociedades modernas, que vislumbran en la misma la posibilidad para alcanzar un cambio propiciado o incidido por el instrumento. Por el otro, una visión como la de la Economía Política de la Comunicación y la Cultura, que ve a la tecnología como detonante para invisibilizar procesos muy cercanos a la explotación, que fomentan y reproducen

relaciones de poder bajo nuevas dinámicas, encuadradas en el modo de producción capitalista.

Esta última perspectiva arraigada en la tradición marxista, muestra por su naturaleza una representación contraria a los discursos dominantes, una forma distinta de presentar al dogma y centrarlo en diversos objetos de estudio que permiten reconocer las nuevas dinámicas de desarrollo del capital. En esta tradición de pensamiento recae el fundamento teórico que esta investigación pretende: describir la incidencia de la aceleración tecnológica en el proceso de mercantilización de los productos culturales en un contexto de globalización. De tal forma, se cumplirá con el objetivo de desentrañar las nuevas dinámicas de explotación que forman parte del ciclo de producción en las Industrias Culturales, en el que se sostienen relaciones de poder, explotación y capitalización por parte de la élite que las controla.

Se emplea el término élite durante la presente investigación, como una referencia constante a los beneficiados de las condiciones históricas en la industria cultural, pues según lo presentado, es evidente cómo su dominio se extiende ante las nuevas situaciones que se imponen en la estructura. Lejos de pensar que el uso de esta categoría atraviesa como una cuestión conspirativa, se acentúa en lo histórico-material para reafirmar y reconocer que la injerencia de este grupo no es algo dado o natural, sino que atraviesa por condiciones económicas, de poder e incluso políticas, es decir un trasfondo más amplio y descrito en esta investigación.

Esta conceptualización abre la discusión en cómo la industria de la cultura inserta en el contexto globalizado es el campo propicio para la implementación tecnológica, pues las condiciones históricas en la que se sitúa dicha coyuntura, inciden en que el proceso de mercantilización se acelere en todas sus fases. Dicha propuesta de Vincent Mosco (2006), es utilizada porque no solo abarca el proceso para darle valor de cambio a los bienes simbólicos, sino por la manera en la que la tecnología interconecta las distintas etapas; en primera instancia el papel de la técnica para afianzar el control y vigilancia por parte de las empresas en el ciclo de producción.

Posteriormente, el uso de la innovación tecnológica para llegar a más lugares, en el que se amplían canales de distribución y salida, ante la ruptura del tiempo y el espacio poder abarcar un mayor número de mercados y potenciales consumidores. Por último, el papel del trabajador de la industria de la cultura, que en la implementación de la tecnología ha sido explotado mediante nuevas dinámicas para extraer su fuerza de trabajo y darle valor a los productos culturales, que ante los cambios en el campo tecnológico se adapte a las condiciones que le son impuestas y supedita su accionar en relación con el instrumento.

Sin embargo, es necesario precisar que hay una concepción que agrega y permite darle una dimensión de análisis más profunda y novedosa a la problematización de Mosco (2006), el de la aceleración tecnológica propuesta por Hartmut Rosa (2011). Dicha conceptualización pone al proceso de mercantilización de productos culturales como un valor agregado para el capital, el de la velocidad, mediante el cual en esta investigación, se comprueba que facilita o incide en las condiciones de explotación, que no solo hace propicio el retorno de ganancia en una menor cantidad de tiempo para el empresario, sino que mantiene intacta la estructura y sus relaciones de poder con el pretexto de la renovación tecnológica.

¿Por qué mirar a la mercantilización de productos culturales como un proceso inserto en la aceleración tecnológica? Porque implica centrar el análisis en la tradición de los estudios sobre la industria de la cultura, en que como pionera la Escuela de Frankfurt, abre el debate sobre las implicaciones del nuevo engranaje de medios, en el que la técnica juega un papel preponderante para el desarrollo de los productos culturales, solamente que ahora ante condiciones históricas diferentes, se reactualizan dichos planteamientos teóricos teniendo como eje central de novedad la aceleración tecnológica.

De esta forma, durante la investigación se acompaña la problematización anteriormente mencionada, con los entramados teóricos de Walter Benjamin (2003) como precursor de los estudios de las IC y el desarrollo en los augurios que traería consigo la técnica en el arte, así como sus implicaciones en la destrucción

o transformación estética de la esencia de la obra de arte, en el que la mirada crítica hacia el instrumento sirve como hilo conductor.

Posteriormente, el acercamiento necesario a Theodor Adorno y Max Horkheimer (2003), pues se consolida teóricamente a las Industrias Culturales y las centran como un objeto de estudio, en el que desde mediados del siglo XX se visibiliza una fórmula redituable, en la que la estandarización de productos aunado al elemento técnico dan un giro a la concepción que tiene el consumidor. El desarrollo del ciclo de producción apoyado en la innovación tecnológica muestra incidencias en el carácter estructural que crean los bienes simbólicos llamados productos culturales

Por lo tanto, si se pretende una reactualización teórica, es esencial la búsqueda de las nuevas dinámicas a las que se adaptan las Industrias Culturales a raíz del contexto de globalización y libre mercado, aunque el desarrollo se centre en la tradición de los estudios de la Escuela de Frankfurt, la renovación de las mismas necesitan de toda una forma de pensamiento que le de vigencia a la problematización, como los hechos desde Economía Política de la Comunicación y la Cultura.

De esta manera, se agrega a la problematización de esta investigación los postulados de Ramón Zallo (2016), Carlo Vercellone (2016), Francesco Maniglio (2016), Francisco Sierra (2016), Marco Dantas (2016), Bernard Miege (2008) y Christian Fuchs (2015), que permiten enfocar el objeto de estudio hacia la visibilización de nuevas dinámicas a favor de quienes la controlan, en el que el conocimiento materializado en tecnología, ha obtenido un papel primordial en el proceso de comercialización de productos culturales.

Esta investigación está compuesta de tres capítulos, en el que se buscó desarrollar e interrelacionar los conceptos anteriormente mencionados, se tomó como pauta el desarrollo histórico de las Industrias Culturales para situarlas en un contexto preciso y así, encontrar sus transformaciones o puntos de inflexión a propósito de la tecnología durante su existencia. Si bien el eje central es el de la

incidencia de la innovación tecnológica en el proceso de mercantilización, se describen algunos elementos que convergen en el desarrollo de dicho proceso.

El primer capítulo, se desarrolla en las condiciones históricas de la industria de la cultura, aborda desde su epistemología el concepto, así como sus implicaciones dentro del campo de los medios de comunicación en la primera mitad del siglo XX. Se describe de lo general a lo particular y del eje central de la innovación tecnológica, los factores coyunturales que incidieron en transformaciones estructurales en la creación de bienes simbólicos, para finalmente llegar al contexto globalizado, donde se migra a lo digital y se acelera el ciclo de producción.

El segundo capítulo, está enfocado en la descripción de la mercantilización, en el que se resaltan los puntos de inflexión en la industria de la cultura a través de la implementación de la innovación tecnológica, como vector de aceleración en el ciclo de producción. Se detalla a partir del desarrollo teórico de la Economía Política de la Comunicación y la Cultura, las nuevas dinámicas adoptadas para la realización de productos culturales, en el que no solo la velocidad es una constante, sino que un pretexto para asegurar la explotación en todas las fases del proceso.

En dicho apartado, se muestra una perspectiva crítica de sofisticar técnicamente los productos culturales, una visión contraria a los discursos hegemónicos de bienestar que trae consigo la tecnología. Se describe el papel del trabajador en el proceso de creación de productos culturales, por lo que se visibilizan las acciones para el correcto funcionamiento en la estructura de la industria de la cultura, en el que se impone, reproduce y capitaliza un modo de relacionarse con el instrumento tecnológico, para obtener ganancias a costa de esta explotación en el proceso de comercialización.

El último capítulo, enfoca la discusión teórica en el cine como forma de evidencia empírica, se explica cómo la tecnología incide en el proceso de comercialización y lleva a acelerar distintas dinámicas de explotación. Se plantean tres momentos

interconectados dentro de la industria cinematográfica en donde interviene la innovación tecnológica: en la producción con el uso de los efectos especiales como forma privatizada del conocimiento bajo el control del capital y que sofisticada el bien simbólico, en la distribución con el desarrollo de plataformas de *streaming* y la exhibición multipantalla, con la apertura de nuevos puntos de venta o salida para la oferta de productos culturales; por último, el consumidor sofisticado moldeado en el modo de producción, que sigue los cambios tecnológicos que le imponen en un plano de apropiación y uso del instrumento, pero que no necesariamente exige nuevas narrativas.

Cabe resaltar, que en este último espacio, se hace un análisis coyuntural de la pandemia por la COVID-19 y sus implicaciones en el proceso de mercantilización de los productos culturales. Se muestran ganadores y perdedores ante el confinamiento, así como la forma en que rápidamente el modelo de negocio es adaptado para seguir vigente en los consumidores; de igual manera se desarrolla la discusión entre la pertinencia o no, de la extinción de los medios tradicionales de exhibición ante la plataforma de *streaming* en la aparente transformación que tiene el negocio por la migración hacia lo digital.

Finalmente, se plantean posibles salidas ante lo ocurrido en la industria de la cultura, se cuestiona si ese arraigo en el elemento tecnológico es determinante para mantener el estado de las cosas. Se enfoca la discusión en los elementos que pueden ser desarrollados en el futuro para consolidar no solo una explicación, sino un accionar para una posible nueva forma de entendernos en relación persona-instrumento, en el que se asienten las bases políticas para poner freno a las dinámicas mediante las cuales se concibe la explotación del ciclo de producción.

1. Industrias Culturales, un recorrido histórico hasta los tiempos de la globalización.

Articular históricamente lo pasado no significa
conocerlo como verdaderamente ha sido...

El don de encender en lo pasado la chispa de la esperanza
sólo le es dado al historiador perfectamente convencido
de que ni siquiera los muertos estarán seguros si el enemigo vence.

Y ese enemigo no ha cesado de vencer

Walter Benjamin

1.1 Racionalidad técnica una visión a través de la idea de progreso

Hablar de libertad es común en nuestros días, está presente en la interacción del sujeto en el espacio público y privado, es un ideal en la sociedad moderna, incluso es una obligación para algunos países llevarla a otros territorios, en los que aseguran, no la tienen. Es parte del presente, del momento en el que vivimos, de esa condición en la que nos encontramos inmersos y de la cual no nos podemos separar, representa una forma de entendernos.

En el discurso tenemos la libertad de decidir sobre nuestras acciones, podemos trabajar, viajar, conocer, leer, comprar y hacer lo que nos guste, pareciera que alcanzamos un margen de maniobra nunca antes visto, vivimos en la materialización de lo que históricamente se ha buscado: movernos libremente sin restricción del tiempo y el espacio, no podríamos comprendernos sin dicho valor. La mimetización del modo de vida junto con el proyecto de la modernidad se ha realizado, aunque se transforma paulatinamente, mantiene sus ejes muy sólidos y sobre todo las posiciones de los sujetos en la estructura social del mundo, es indisoluble.

Pensar en ese presente lleno de autonomía y libertad de movimiento implica hacer énfasis en el pasado, en las formas bajo las cuales se fueron consolidando prácticas y proyectos que son parte inherente en la vida cotidiana de las personas, esta búsqueda no es un acercamiento a la realización de un anecdotario histórico en el que se repitan discursos, sino una forma para alcanzar la crítica en lo que ha sido deliberado como un beneficio para la sociedad. Identificar tensiones y fracturas entre las relaciones de poder, específicamente en las Industrias Culturales, para lograr en términos de lo que plantea Benjamin (2008) en *Las tesis sobre la historia*, un chispazo de esperanza en el pasado y visibilizar en ese entendimiento del pasado, el momento por el que atravesamos en el presente.

Cuestionarse desde lo establecido, en aquello que parece es dado por la propia naturaleza de la existencia es una labor necesaria, reconstruir las narrativas del pasado que son hoy el común denominador permitirá mostrar el proyecto moderno ideado por una pequeña élite. Es menester situarse en los aspectos que han sido omitidos durante la construcción del presente, encontrar las aristas por las que los dominadores han mantenido esas concepciones del mundo como algo inapelable y que lejos de ser una losa sobre las personas se convierta en un beneficio absoluto, un aliado de grandes vuelos.

Asimismo, será preciso mostrar cómo el proyecto de la modernidad emprendido durante la Ilustración asentó las bases en las cuales el modo de producción capitalista solventó su funcionamiento en el mundo, el cambio del sujeto como transformador de su entorno mediante el apoyo de la ciencia y la racionalidad técnica, implicó una transformación en el paradigma ideológico. Detrás de esta metamorfosis en la vida cotidiana, se reformularon las relaciones de poder que ayudaron a mantener y extender a una élite con sus privilegios, pero principalmente ampliar su dominio sobre la clase trabajadora.

Lo anterior, de acuerdo a Gramsci (1999) se puede entender como hegemonía, que implica unificar en un bloque histórico distintas clases heterogéneas mediante la ideología, es decir una clase dirigente mantiene el poder sobre el resto sin que se rompa, permanece cohesionado. La modificación del estado de las cosas en

las sociedades capitalistas modernas implicó que la racionalidad bajo la cual se legitimaría el dominio del capitalista se solventará mediante distintos canales como el nacionalismo, la escuela, la religión, entre otros.

Aunque éste no será un recuento sobre la historia del capital durante la modernidad y la resolución de crisis que tuvo éste para solventar su permanencia, en la aproximación a dichos procesos logrará identificar los puntos de tensión o fractura que son propios de los mismos y su relación con las Industrias Culturales sometidas a un proceso tecnológico constante. Es decir, son procesos que se encuentran interrelacionados en la creación de la realidad de los sujetos y la manera en la que éstos se conciben con su entorno, donde el capitalismo es el elemento preponderante que supedita a los demás.

Fundamentar el modo de producción mediante la ideología es un proceso complejo que contiene distintas vertientes que lo sostiene, entre ellos se encuentran los instrumentos de dominación como el tecnológico que se integran al ciclo de producción y representan los intereses de la élite (Marcuse, 1985). Tal injerencia se puede reafirmar con el discurso del progreso para la sociedad, en la que el capitalismo ha puesto vital importancia en el desarrollo de la técnica, pues ésta apoya y sostiene cambios en la cadena de producción que se ven reflejados en la acumulación económica del empresario que posee los medios de producción.

Tal implementación de la técnica en el mundo moderno, ha sido una constante dentro de las transformaciones que ha sufrido el modo de producción capitalista en la búsqueda de ampliar la ganancia económica. El pensamiento dominante establece un discurso en el que la tecnología es un elemento alcanzable para todos, lo vuelve un beneficio que facilita a las personas la resolución de problemas cotidianos, plantea un mundo ideal en el que apropiarse del instrumento es ser la parte tangible del proyecto de la modernidad y que además, en apariencia es de fácil acceso para cualquiera que se lo proponga, el ideal de libertad lo potencia y se materializa.

Si bien, la innovación tecnológica no es determinante en la estructura social, funciona como un vehículo de dominación apegado al capital, pues lejos de cumplir con los beneficios que han sido idealizados históricamente, mantienen al sujeto en un estado de búsqueda constante por adquirir estos bienes. Ese triunfo de la tecnología en el mundo moderno y en específico dentro del modo de producción, facilita mantener en el mismo bloque a las clases sociales, acepción previamente definida con el concepto de hegemonía (Gramsci, 1999), pues se apropia en el imaginario social al instrumento que lo domina como un artefacto liberador, se reconfigura simbólicamente al elemento técnico, la relación sujeto-objeto se transforma.

En los cambios tecnológicos sucedidos durante las distintas fases del capitalismo se puede entrever cómo el ciclo de producción extrae ese elemento técnico, lo apropia y posteriormente lo capitaliza en la creación de bienes materiales Marx (1980), es decir el capital se centra en el factor de innovación para adherirlo en las distintas fases del proceso y ampliar el margen de ganancias.

Dicho planteamiento en el que la mejora técnica hecha por la clase trabajadora se adhiere durante las distintas fases del ciclo de producción, es interpretado por Marx (1980) como un proceso de alienación en el trabajador, pues ese sentido de innovación que se impregna en la maquinaria para hacerla más eficiente no se refleja en la remuneración del sujeto, al contrario le da un valor agregado a todo el proceso y por lo tanto, los resultados se ven directamente en la extracción de ganancia que tiene el dueño de los medios de producción¹.

Durante las siguientes décadas, este tipo de producción alcanzó un grado de innovación constante dentro de la creación de bienes materiales, la incorporación de nuevos elementos fortaleció las distintas fases que lo componen y por consiguiente, la forma en la que se veía reflejada la ganancia en el dueño de los

¹ Las mejoras tecnológicas que históricamente ha tenido la cadena de producción durante sus distintas fases son notorias, Marx (1980) lo ejemplifica en la transición del trabajo artesanal al trabajo industrial, en primera instancia el producto era elaborado en un lapso prolongado de tiempo debido a que todas las fases estaban a cargo de un solo trabajador, con la llegada de la máquina de vapor y la innovación en la maquinaria industrial se pudo ensamblar las distintas fases del proceso de producción e incrementar la rapidez con la que se obtenía una mercancía. Por su parte, la clase trabajadora en su gran mayoría, abandonó el trabajo manual y se convirtió en supervisor del instrumento.

medios de producción. La eficiencia fue el factor en el que el capital se centró para reconvertir la cadena, desde incrementar la escala de producción en un menor tiempo, la mecanización en las distintas etapas, hasta reconvertir la división del trabajo (Dobb, 2005), todo esto con miras a solventar el funcionamiento del proceso.

Las características anteriores se logran plasmar exponencialmente con la llegada del fordismo² y que además fue el común denominador dentro de la manera de operar del modo de producción. El nuevo estadio al que llegaría el capital revitalizó la forma en la que funcionarían las cosas durante el siglo XX, la alineación estructural dio paso a la innovación veloz con pretexto de alcanzar a toda la población en sus "beneficios", un nuevo momento histórico se consolidaba: el de la masificación que era provocada por una renovada cadena de producción.

Sin embargo, el desarrollo tecnológico como la producción en serie no es exclusivo de las mercancías u objetos tangibles, sino también emerge en los bienes simbólicos, como los que se producen en los medios de comunicación masiva, ya que éstos además de estar insertos en las lógicas del mercado, se convierten en productos cotidianos y que además tienen un factor agregado, el ideológico. La lógica del capital va mucho más allá del mundo objetivo de las cosas, sino que se extiende incluso a lo intangible.

En el capitalismo cualquier elemento que se puede comercializar es un motivo de atención para los dueños de los medios de producción, por lo que el desarrollo de los medios de comunicación y la masificación de mensajes que éstos conllevan, puso central atención de la élite para extender su dominio a través de los productos simbólicos, la facilidad con la que más sujetos se relacionaban con

² El fordismo es un sistema de producción en masa diseñado por Henry Ford en la manufactura de carros, pero que rápidamente fue aplicado por el resto de las industrias debido a la combinación de múltiples beneficios, tales como: la reducción de costos y tiempo en la producción, mecanización y especialización del trabajo a través de una cinta de ensamblado que de muchas formas acelera todo el proceso (Dobb, 2005). La producción en serie logra unificar la cadena de producción para renovar la forma de operar por parte del modo de producción, sus múltiples beneficios para los que poseen los medios de producción llevan a un nuevo nivel la acumulación y de igual manera, revitaliza el discurso hacia el grueso de la población sobre las bondades que se alcanzarían con el desarrollo de esta renovación, principalmente en los costes a los que todos tendrían acceso.

éstos implicaba una doble ganancia, la económica y la de reproducción de su poder al ser consumidos.

El progreso en la comunicaciones acompañado de las transformaciones políticas, económicas y sociales de la primera mitad del siglo XX, permiten comprender el escenario complejo de modificaciones estructurales por los que atravesaba el mundo. El campo de los medios de comunicación durante este contexto se ve ampliamente alterado, pues la introducción de instrumentos de difusión como el radio, el cine y la fotografía muestran un ámbito distinto en la reproducción de mensajes, así como un nuevo nivel de la hegemonía por parte de la élite que los controla.

Este nuevo sistema de aparatos (cine y fotografía) diseñados en el capitalismo, en el que la técnica permite reproducir el pensamiento dominante a un grupo mucho más amplio de personas, transforma el acercamiento del sujeto con el instrumento (Benjamin, 2003), en medio de este desarrollo, los propietarios de los medios deciden qué es lo que se va a transmitir en la pantalla, emplean y legitiman su dominio a través de los productos. La tecnificación permite engañar al sujeto sobre su realidad, no a manera de aguja hipodérmica en el que se le introyectan ideas, sino en la forma en la que su entendimiento del mundo es moldeado por la imagen que percibe, la concepción cambia.

Esos cambios o reafirmaciones sustanciales en el plano simbólico, implica relacionarse directamente con la concepción ideológica que esos instrumentos tecnológicos de difusión promueven, es decir concebir el posicionamiento que dicha producción de bienes simbólicos tiene. El modo de producción que sustentó estos cambios dentro de la reproducción de mensajes mediados por el instrumento tecnológico extiende el dominio del estado de las cosas a otros sectores como el significativo dentro del imaginario de las personas.

La perspectiva apocalíptica respecto a la reproducción técnica que tenía Benjamin (2003) es fundamental para comprender el cambio de paradigmas que implicó este progreso en el campo del arte (posteriormente en el de la industria de las comunicaciones) y en la interacción del sujeto con el objeto. El valor en la creación

ya no estaba enfocado en la libertad del sujeto, en este caso del artista, sino en su adiestramiento que tenía del instrumento y por lo tanto representaba una forma de alienación del mismo.

Estas dos consecuencias de la reproducción técnica, primero en la representación que tiene el sujeto de la realidad que consume ese producto en la que se reproduce el pensamiento dominante, permite que no se cuestione sobre lo que se le muestra y que además conviva con esa forma de sometimiento; segundo, el cambio en la producción, donde al someter la libertad del autor al uso y reproductibilidad de la técnica, convierte al sujeto en un ente alienado que depende de su grado de conocimiento técnico y no de su libertad de creación. Estas transformaciones son partes inherentes que propiciaron esta innovación en el campo de la creación.

El pensamiento de Benjamin (2003) permite identificar cómo a través del instrumento, la comprensión de las masas se transforma, el autor vislumbra las relaciones de poder ocultas que tienen los novedosos medios de reproducción. En una relación dialéctica desentraña las implicaciones que ha tenido la materialización del progreso en el instrumento, muestra cómo estas tecnologías no son neutrales y que a través de sus productos mantienen e intensifican ideológicamente el discurso de la clase dominante, no piensa en beneficios sino en nuevas formas bajo las cuales se busca subyugar a las personas.

La transformación de los productos simbólicos como el arte pasarían a ser elementos de reproducción técnica que a través de su masificación alcanzarían un precio económico quitando la esencia y el valor estético de la misma, supeditar la obra al mercado implica llevarla a su propia extinción quitando el aura. En la perspectiva de Benjamin (2003) la masificación quita el valor eterno a la obra y genera una nueva forma de producción totalmente enfocada hacia la mercantilización, hay un pre-condicionamiento enfocado en la mecanización y reproducción similar de estos bienes simbólicos.

Al igual que cualquier otra mercancía que puede ser consumida, la explotación durante las fases de la cadena de producción es ideal para alcanzar ganancias,

por lo que tener parámetros de estandarización es necesario para cumplir con el ciclo del capital. La doble ventaja para el capitalista de explotar los bienes simbólicos en dos vías como la ideológica y además conseguir una ganancia son características propias de estos productos y que pueden considerarse novedosas durante sus inicios.

Esta forma de producción de mercancías simbólicas, asemejada en el capitalismo, está enfocada en la homogeneización, en la repetición, extraer y quitarle al objeto su esencia para hacerlo un producto de venta (Benjamin, 2003), así la relación que tendría el sujeto con el objeto es el de la mecanización, en la que el producto cada vez se parece más a la forma de pensamiento determinada, es una mercancía moldeada a imagen y semejanza del capital. El espacio de libertad que poseía el sujeto creador se acortó más a raíz del desarrollo técnico.

Al entrar en estas dinámicas, la creación pierde su esencia de distintas maneras, la primera, supeditándola al nuevo sistema de aparatos en la que la libertad del sujeto se elimina al pensar directamente en el grado de manejo que éste tiene del instrumento, la mercancía simbólica se adecúa a una estandarización propiciada por la técnica, es decir se encuadra en los parámetros establecidos por el instrumento³.

La segunda se basa en proponer que la mejora constante es el fundamento e incluso la regla, no finiquitar una obra, sino someterla a un nuevo proceso que la moldea de acuerdo a los parámetros que establecen los dominadores, completar el ciclo de producción en todas sus partes. Al introducir todas las fases de producción en un bien simbólico, implica la relación de distintos momentos en los que interviene el factor técnico en la mejora de lo creado, se forma un ensamblaje que homogeniza a los productos a través de distintas capas que dan como

³ Sin embargo, Walter Benjamin (2007) en *El autor como productor* invita al creador de bienes simbólicos a cuestionarse su papel en el proceso de producción para no verse inmiscuido de manera no intencional en el engranaje complejo del capitalismo. Si bien, la perspectiva del autor alemán tiene afirmaciones contundentes en contra del desarrollo técnico en el campo de lo simbólico, también ve una luz de esperanza en la consciencia del productor para romper con los parámetros establecidos a través de las creaciones auténticas y estéticas propias del arte, utilizando el elemento técnico a favor y no para los fines del capital.

consecuencia una mercancía con cualquier otra, es decir lista para su introducción en el mercado.

Por su parte, es necesario resaltar que el escepticismo mostrado por el autor alemán respecto a la técnica no es casualidad, pues las condiciones históricas y contextuales⁴ por las que atravesaba el mundo se transformaban radicalmente. El mundo en el que se encontraba Benjamin, trastocaba las estructuras y en su vida cotidiana notaba las afectaciones que estos cambios traían consigo, como la persecución por parte de los nazis hacia los judíos de los cuales él formaba parte.

El reciente ascenso del nazismo en Alemania y las campañas propagandísticas apoyadas en los medios masivos para legitimar el actuar del gobierno a cargo Adolf Hitler, fundamentaban que la tecnología materializada en los medios obedecían a los intereses de quienes los controlaban. El acercamiento que tenía la población con los pronunciamientos de su líder se intensificaban con la masificación propia del avance tecnológico.

Asimismo, las representaciones que se hacían en la pantalla respecto a la violencia en el que se legitimaba el actuar bélico de Alemania hacia ciertos grupos como los judíos, presentó un cambio en el paradigma de la relación del sujeto con el objeto y su extensión ideológica a propósito del instrumento. La exhibición que tenían estos productos ante la masa muestran un mundo construido, una realidad distinta, enfocada a los intereses de quienes las componen, en este caso en fomentar mediante la composición de la técnica el conflicto entre distintos actores.

También, el que estas representaciones se muestren en estos nuevos medios de alguna forma se vuelven parte del sujeto en su día a día, generan construcciones de la realidad que no se cuestionan, que se asemejan con la vida, por lo que verse ahí genera atracción (Benjamin, 2003). Los sucesos presentados predisponen a

⁴ Las circunstancias de carencia en las que se encontraba Walter Benjamin permiten comprender el escepticismo hacia el nuevo orden en Alemania, la persecución antisemita emprendida por el gobierno Nazi lo llevó a un peregrinar por Europa y Estados Unidos. Es importante de mencionar, que aún existen distintas versiones sobre la muerte de Benjamin, entre las que se destacan que después de su arresto en Portbou optó por el suicidio o que por razones naturales tuvo un derrame cerebral. Lo que es un hecho es que las condiciones complicadas aunadas a la persecución política que vivía, hicieron que su andar fuera catastrófico y se plasmara en las obras que realizó.

las personas a escenarios que son moldeados y creados en medio del detalle técnico, lo adaptan y condicionan a mundos, pareciera que la tecnología encarnada en los medios masivos determina el andar del sujeto con su entorno.

La concepción del mundo no es neutral y no carece de carga ideológica, la transmisión de esta realidad depende de las condiciones sociohistóricas y el pensamiento dominante bajo la cual se difunden (Gramsci, 1999), son distintos los canales que reafirman las relaciones de poder y la hegemonía de una élite. El desarrollo tecnológico de los medios de comunicación representó una nueva área de oportunidad para mantener el estado de las cosas y llevar el discurso hegemónico a un número más amplio de personas.

Conviene subrayar, que el pensamiento benjaminiano enfocado a la racionalidad técnica tiene sus matices, las condiciones bajo las cuales se desenvuelve el uso de la técnica en el contexto del autor pareciera que existe un determinismo bajo el cual se mueven los hilos de la modernidad. Sin embargo, trae a la discusión algunos esbozos sobre cómo el progreso encarnado en la tecnología, tiene ciertas injerencias en la cadena de producción de los productos simbólicos, específicamente en el campo del arte, la fotografía y del cine, que fueron parte de la innovación en la primera mitad del siglo XX.

La problematización hecha por el autor alemán deja entrever como el triunfo de la técnica en la modernidad alteró el estado de las cosas, hasta cierto punto aceleró y modificó las formas del proceso en el ciclo de producción de las mercancías simbólicas. Aunque el pensamiento benjaminiano todavía no estaba enfocado a hablar de la Industria Cultural, introdujo al debate académico la creciente importancia del progreso en los medios dentro de las sociedades capitalistas modernas.

1.2 Un acercamiento conceptual a las Industrias Culturales

La implementación de los medios masivos de información generaron una coyuntura en la que el interés por parte de la clase dominante en ellos se incrementó, además que los conflictos bélicos por los que atravesaba la sociedad de la primera mitad del siglo XX vieron en dichos instrumentos un aliado para la propagación ideológica, especialmente en el mundo occidental. Los ejercicios propagandísticos empleados por los nazis en Alemania para afianzar y legitimar su posicionamiento antes y durante la Segunda Guerra Mundial (SGM), es un ejemplo del desarrollo que tuvo el instrumento para beneficiar a las personas que se encontraban en lo más alto de la estructura social.

Pero no se piensa en el uso de los medios de información como un mecanismo que normaliza ideas de las cuáles no hay ninguna resistencia en la recepción del mensaje por parte de los públicos, sería erróneo afirmar que al construir ese tipo de imágenes se da por hecho la aceptación del público. El caso de la participación de Alemania en la SGM es el prototipo de que las condiciones históricas previas, permitían tener un terreno fértil para implementar las ideas necesarias para revertir el castigo internacional de la Primera Guerra Mundial.

De acuerdo a Hobsbawm (1998), la inestabilidad que existía en Europa a raíz de los Tratados de Versalles era insostenible, no solamente los países perdedores de la Primera Gran Guerra como Alemania que tenía un abierto resentimiento hacia dicho documento, estaban en la incertidumbre, por lo que la paz solamente era pasajera. Aunado a las condiciones económicas y políticas que atravesaba el viejo continente, permitían entrever que el particular contexto previo a la SGM encontraba las situaciones idóneas para utilizar todos los elementos posibles como los tecnológicos (medios masivos) e ideológicos para darle un giro de fondo al momento histórico.

Por eso el ascenso del nazismo no fue producto solamente de su campaña propagandística o la manipulación de la opinión pública apoyada en los medios masivos de información cómo se cree, sino que las condiciones materiales bajo

las cuales se encontraba Alemania eran aptas para la llegada de Adolf Hitler al poder. Es decir, en este sentido las circunstancias estaban enfocadas en llegar a la meta sin importar los mecanismos con los que realizarían dicha encomienda.

Iniciada la Segunda Guerra Mundial, el desarrollo que tuvo la representación del conflicto a través de la construcción de imágenes que eran transmitidas en la pantalla o escuchadas por la radio, fueron fundamentales para informar a los ciudadanos sobre lo ocurrido en el campo de batalla. La coyuntura por la que atravesaba el mundo fundamentó el papel primordial que tuvieron los medios masivos en el desarrollo de la guerra, además de ser aliados de los gobiernos en su actuar en el conflicto, otorgaban aparentemente el beneficio a las personas de saber qué era lo que estaba ocurriendo, de identificar su realidad gratuitamente.

Representaciones del mundo que se encuadran en los alcances que tiene el instrumento tecnológico, esta perspectiva en la que de algo tan complejo como el entorno solamente se muestra una pequeña parte que es captada dentro de los alcances del dispositivo y la perspectiva del manipulador del mismo. Esta distorsión del mundo fundamentado en que lo que se muestra, es inapelable e inamovible y por tanto, es una realidad que no se cuestiona, solventó de muchas maneras las acciones que tenían los actores involucrados en el conflicto bélico⁵.

Terminada la guerra, para los países fue primordial la manera en la que se haría el reacomodo del mundo, permitió a los ganadores tratar de establecer un modo de entendernos, relacionarnos y principalmente, de establecer las reglas bajo las cuales se erigiría la sociedad de la segunda mitad del Siglo XX. La interrogante sobre qué modo de producción encajaría en las condiciones que se estaban viviendo tensionaron y llevaron a la transformación del entorno, la lucha por la hegemonía había iniciado, no desde el campo bélico, sino desde la parte ideológica.

⁵ Tal fue el éxito que tuvo la industria cinematográfica alemana en la encrucijada bélica, que se potenció ese negocio en dicho país. Después de distintas crisis previas al desarrollo de la guerra, el ascenso de los nazis y del ministro de propaganda Joseph Goebbels controlando dicha industria, se alcanzó un auge tanto en producciones como en difusión de ideales muy bien centrados en los fines que perseguía el partido en el poder. Asimismo se consiguió tener un dominio sobre el tipo de productos que se realizaban en territorio teutón para que no atentaran contra el régimen.

La constante situación de amenaza y extinción propia que se había avivado durante el conflicto armado mundial, en la que se ponía en predicamento la vida de las personas, permitieron que la relación del sujeto con el objeto tecnológico se transformara e incluso se intensificara. Las noticias de lo que estaba sucediendo en el entorno eran informadas a través del aparato, el rumbo de los medios se transformó radicalmente al igual que el estudio de los mismos, éste fue recurrente y con perspectivas distintas.

El desarrollo de la técnica en la masificación de mensajes a través de los medios de comunicación, fue un objeto de estudio resonante para conocer sus efectos e implicaciones en la sociedad. La comprensión y el campo epistemológico de las comunicaciones se solventó bajo las condiciones sociohistóricas y políticas propias del contexto de la posguerra, una nueva disciplina de estudio se estaba gestando en la que el peso del proceso tecnológico era inminente.

Bajo este entendido o más bien, en este contexto, Theodor Adorno y Max Horkheimer (2003) fundadores de la Escuela de Frankfurt, hacen un aporte muy importante a la transformación que tuvo la industrialización tecnológica en los productos que se hacían en los medios masivos de información, en el que se les conceptualiza y problematiza como Industrias Culturales (IC). En esta formalización teórica que se hace de las IC se pone en cuestionamiento las implicaciones económicas, políticas y sociales que tienen las mercancías culturales en su distribución en las masas, ya no se piensan como factores aislados, sino como un proceso con múltiples aristas y tensiones en la estructura.

El planteamiento de los autores, agregaba un nuevo medio como la televisión, por otro lado, Walter Benjamin (2003) había enfocado su estudio en la cámara, su modificación en el cine y la transformación de la obra artística, por lo que podría ser considerado un aspecto de innovación académica. Adorno y Horkheimer (2003) plantearon una crítica al proyecto de la modernidad encarnado en el progreso técnico. Lo que había hecho que las condiciones fueran propicias para el desarrollo de una nueva industria que no solamente estaba enfocada en la producción de mercancías tangibles, sino de productos culturales que reafirman a

través de lo simbólico el pensamiento dominante y que principalmente, adquirirían un valor económico en su mecanización.

De acuerdo con la conceptualización teórica hecha por la Escuela de Frankfurt, la Industria de la Cultura puede ser definida como el sistema de medios (radio, televisión, revistas, cine y hoy los contenidos que se transmiten y difunden por internet) que están interrelacionados por las lógicas del mercado en las que se encuentran insertas y la producción de sus mercancías culturales están estandarizadas debido a la racionalidad técnica que las caracteriza (Adorno y Horkheimer, 2003). Al hablar de una nueva industria se pone en el debate el factor económico, darle valor a una mercancía intangible como los productos culturales dan una nueva dimensión de estudio de los mismos, se pone énfasis al ciclo de producción y sus implicaciones en distintos aspectos de la cotidianidad.

De igual manera, en el contexto de posguerra que describen los autores, los productos culturales en su naturaleza reeditúan, en este engranaje están enfocados totalmente a la retribución económica para los que la producen, la industria cultural se convierte en un reproductor más de la sociedad industrializada. El triunfo de la racionalidad técnica se plasma en la cultura de las masas, la construcción de los imaginarios simbólicos se enfocan cada vez más al pensamiento de quienes los controlan, se reafirman las estructuras y el estado de las cosas mediante la ideología que traen de forma implícita.

El proyecto de la modernidad como narrativa indiscutible, sostenida en el progreso moldea a esta nueva industria, la cadena de producción cumple con los parámetros establecidos que son impuestos en su realización y permite su venta a un número mayor de consumidores, éstos son sometidos de acuerdo a lo que ven, oyen o compran. Al igual que el resto de los bienes, los simbólicos están insertos a procesos de eficiencia que permiten el incremento de la ganancia y por tanto de la acumulación económica, la producción en serie creada por Henry Ford ya no es exclusiva de los bienes materiales, sino también de los productos culturales (Adorno y Horkheimer, 2003).

La novedad de la libertad que traen consigo los medios tecnológicos es ilusoria, pues los productos culturales se encuentran enmarcados bajo los estándares impuestos dentro del detalle técnico y principalmente dentro de las relaciones de poder que éstos promueven, a través de su reproducción en la supuesta libertad, buscan prolongar la vida de las personas en las pantallas, adaptan al consumidor a lo que van ver en su cotidianidad, se plasma el sometimiento ideológico a través de la técnica (Adorno y Horkheimer, 2003). El papel de la cultura de masas se reafirma al mantener alienado al sujeto que los consume, venderle la apariencia de ser libre e introducirlo a un esquema muy bien constituido para su rol como consumidor, serle benéfico al sistema aún en su tiempo de ocio es un triunfo más de la industria de bienes simbólicos, ilusión que va privilegiarse con la digitalización y el consumo activo de medios .

La vida que es representada por la Industria de la Cultura trata de plasmar en sus productos imágenes fidedignas de la realidad ¿con qué fin acostumar al consumidor a ver en las pantallas su cotidianidad? De acuerdo con Adorno y Horkheimer (2003) para habituarlo a los golpes que la estructura le impondrá, generarle la sensación de que lo que se muestra es inamovible y por lo tanto esa concepción en su imaginario simbólico es la única manera de comprenderse. Esta distinción permite comprender que esa construcción no es neutral, sino que va acompañada de una carga ideológica intangible que enmarca la imaginación de las personas de acuerdo a los intereses de quienes producen los productos culturales.

En esa falsa libertad que facilitan las Industrias Culturales, el sujeto pasea entre lo que habita en su cotidianidad y lo representado como realidad, la confusión permea en el consumidor que después de una jornada laboral ve en los productos culturales una salida de su entorno, aunque en esa construcción simbólica que adquiere mediante el instrumento tecnológico se encuentra inmerso ese mismo escenario que vive a diario en el que se representa el dominio y la estructura de quienes lo producen, lo naturaliza. Es un proceso sin salida que la Industria Cultural potencializa para que las personas no cuestionen el estado de las cosas.

Pero ¿cómo ante una oferta tan generosa se puede hablar de una uniformidad tanto en contenido como en ideología dentro de los productos de las Industrias Culturales? Según Adorno y Horkheimer (2003) la industrialización que se da en el capitalismo en el que la técnica ocupa un papel primordial en el proceso de producción, permite que cada contenido se reproduzca, estandarice y la igualdad de narrativas sea el común denominador. No importa la diferenciación del producto en términos de contenido, estos tiene la misma finalidad que es la racionalidad del dominio impuesto por el factor tecnológico.

Asimismo, el pensamiento de una élite se materializa en los productos culturales, los empresarios que controlan las Industrias Culturales deciden los parámetros o estándares de producción en los que se desarrollarán dichas mercancías simbólicas. Colectivamente establecen las condiciones bajo las cuales se desarrollarán dichos productos, siempre y cuando mantengan su posición de privilegio en la estructura social, económica y política, reafirman su control a través de la industria de la cultura que les pertenece.

A manera de bloque, la élite busca mantener su posición en la estructura social, su pensamiento de clase los incita a plasmar en los productos la racionalidad de su poder, en el bombardeo constante hacia el consumidor a través del instrumento tecnológico reproducen las relaciones de poder ocultas, quita el valor de diferenciación de la mercancía, la somete a sus indicadores y además le genera ganancias económicas.

La homogeneización se convierte en la regla universal, Benjamin (2003) había notado la injerencia de la técnica en la destrucción del valor estético de la obra de arte, pues los nuevos elementos tecnológicos fomentaban que el artista se supeditara al margen de maniobra del instrumento y no de su valor en la creación humana. La autenticidad se ponía en riesgo y por ello la creación simbólica se vería alterada de acuerdo a los criterios propios del modo de producción, es decir el de la igualdad y reproducción de las obras.

Este presagio en el que el elemento técnico incidiría fuertemente en la destrucción de la obra dando paso a la homogeneización y por lo tanto, a la reproducción

masiva, se replica de manera fidedigna en la industria cultural, con la producción estandarizada no se permite lo distinto en el producto cultural, al contrario se debe de garantizar la mecanización de los mismos (Adorno y Horkheimer, 2003), este triunfo de la técnica en el que se prepondera la reproducción, genera en la superficie una oferta tan amplia y distinta, aunque en el fondo siga reproduciendo los mismos intereses de la élite que los controla.

Asegurar el éxito en la simulación de libertad que ofrecen las IC a los consumidores se basa en decidir cautelosamente el catálogo (oferta) que se ofrece, siempre y cuando permanezca dentro de los parámetros que la técnica ha moldeado en esta cadena de producción y que aseguren la reproductibilidad técnica. Hasta el más pequeño detalle en la elaboración del bien simbólico debe de ser cuidado para que no se ponga en riesgo la supervivencia del sistema de medios, solventar desde la producción que el ciclo perdure y se reproduzca constantemente.

Estos bienes culturales exhibidos por las IC son repeticiones de fórmulas de éxito económico para el empresario, muy difícilmente algo distinto puede encajar en la industria debido a la cautela anteriormente mencionada, lo que no pertenece es eliminado, no se reproduce y por tanto es excluido. Ante esta situación de reproducción en la que se privilegia el negocio y la ideología como factor de desarrollo de los productos culturales mantiene homogeneizada la oferta, sus componentes entran en un círculo interminable que capitaliza indefinidamente el empresario que las dirige y que además mantiene al consumidor en una simulación de libertad en sus elecciones.

De igual manera, en esta supuesta libertad que encuentran los sujetos a través de los bienes culturales, existen distintas características que apropia la industria cultural para hacerlos rentables, entre los que se destacan: el objeto del deseo enfocado a la diversión y a la aspiración de los consumidores para que los adquieran. Adorno y Horkheimer (2003) hacen énfasis en el objeto de deseo y sus implicaciones a través de la felicidad y la aspiración que ofrecen los bienes culturales al trabajador, explicando las modificaciones de fondo en el modo de vivir

de las personas que se supeditan a éstos y básicamente se encadenan por voluntad propia gracias a sus consumos.

La felicidad del sujeto es entendida dentro del sistema de medios, se automatiza la relación del mismo con el objeto en el constante bombardeo de bienes que existe en el instrumento tecnológico, el trabajador ve en los productos culturales una salida a la rutina aunque esta sea solo un disfraz. La diversión que hay en la pantalla permite que el tiempo de ocio del trabajador sea empleado para encontrarse inmerso dentro de la misma producción, no opone resistencia en lo que percibe como felicidad, incluso solicita a ese elemento que es construido por la clase dirigente.

Al pensar en una forma de felicidad desde los medios, implica necesariamente una construcción que una élite impone para que las personas acepten sin cuestionamiento y lo asuman como forma de placer, logrando moldear al consumidor a través del instrumento con el que se mantiene al sujeto aislado y alienado frente al aparato tecnológico, esta es la materialización del triunfo de la racionalidad técnica en su estado último de mantener el estado de las cosas. El que las personas asuman la diversión que le producen estos bienes simbólicos como bienestar, es un acercamiento más a la automatización del sujeto con el objeto (Adorno y Horkheimer, 2003) ya que éste no se percibe fuera de la fórmula que la industria de la cultura le impone e incluso visualiza su felicidad en el aparato.

En síntesis, el objeto de deseo que es la diversión visto en los bienes culturales opera como instrumento de alienación para los sujetos, la libertad del consumidor al tratar de conseguirla atraviesa por el instrumento tecnológico que lo ha moldeado, es decir no podría comprender su placer sin el uso del producto cultural. La industria cultural se apoya en su producción de programas, películas, caricaturas en la comedia o en lo burdo de las situaciones que representa, ya que busca tener al individuo en un constante consumo y recuerde que ese objeto de deseo se encuentra en el aparato tecnológico, se realiza la sucesión automática.

Asimismo, el papel que juega la aspiración como deseo en el consumidor es fundamental para la alienación en masa a consecuencia de los bienes culturales, el sistema de medios al estar muy bien constituido opera para que se resalten estas características, la Ley Suprema es la de dejar disfrutar la felicidad, pero que jamás la alcancen (Adorno y Horkheimer, 2003). En esta relación dialéctica entre la felicidad y la aspiración los vencedores son los miembros de la clase dirigente, ya que además de mostrarle al consumidor su posición en el esquema, les enseñan un mundo al que no van a poder llegar, sin embargo esa ambición o aspiración estará latente simbólicamente.

En esta pendiente resbaladiza el refuerzo viene disfrazado de distintas presentaciones de mercancías culturales, las personas no escapan de estos deseos, al contrario los suprime constantemente, pero vuelve al ciclo una y otra vez exigiendo los productos que por excelencia lo dominan. Es importante de mencionar que el instrumento tecnológico que acompaña a la industria de la cultura en su producción y circulación de bienes simbólicos amplía la oferta, por lo que puede llegar a un mayor número de públicos, en su objetivo de darles a todos algo de lo que les gusta los atrapa en sus redes, los disciplina y convierte en eternos consumidores.

No obstante, en esta articulación del objeto de deseo hecho desde las Industrias Culturales busca someter hasta el más mínimo detalle, por eso el desempeño de los clichés culturales⁶ es fundamental en la banalización que tienen sobre el sujeto, estas situaciones comunes sirven de píldoras de éxito en los protagonistas (Adorno y Horkheimer, 2003) enseñan un único modo de alcanzarlo, si no se consigue lo suprime y asimila, esta relación da tranquilidad- esperanza al sujeto

⁶ Adorno y Horkheimer (2003) muestra diversos ejemplos en los que las IC reproducen constantemente este tipo de historias banales y cotidianas que incluso se siguen repitiendo hasta nuestros días. En las películas de Hollywood es muy común encontrar representaciones sobre lo que significa el amor o la tristeza, así como sus implicaciones en los protagonistas, en los que gracias al beso de la amada se logra el triunfo o que después de una ruptura entre los personajes la vida de alguno se va al borde, se reproducen elementos intangibles en la pantalla para que se asuman como reales. Asimismo muestran en las caricaturas del Pato Donald el adiestramiento del sujeto a una realidad que lo golpeará o lo hará feliz mediante situaciones ordinarias.

que consume lo mantiene alienado frente al instrumento tecnológico que se los muestra.

Para reafirmar lo anterior, también es necesario mostrar cómo la captación de talento en el desarrollo de los productos culturales es fundamental para reforzar al sujeto, las estrellas que ven en la pantalla son parte de ese objeto de deseo y a la vez de desilusión en el consumidor.

De acuerdo a Adorno y Horkheimer (2003) asimilar al sujeto que se le muestra en la pantalla, es una doble implicación, la primera la de ver en el otro lo que puede ser, es decir que las probabilidades favorecieron al protagonista y no al consumidor, sin embargo éste acepta su papel en la estructura y no recrimina, lo que es la segunda discrepancia, la del dominio mediante la esperanza de ser cooptado por la industria de la cultura.

Como se ha visto, la Industria de la Cultura no deja cabo suelto, es cuidadoso hasta en lo más mínimo, la sofisticación que muestra a través de la reproductibilidad técnica reafirma que este monopolio cultural utiliza todos los elementos que tiene a su alcance para garantizar su éxito. El desarrollo de la técnica dentro de los productos culturales en el contexto de la posguerra, de acuerdo a los autores permitió el acercamiento cotidiano a los consumidores, los dominó e impuso las reglas para comprender la realidad, los moldeó para que el ciclo jamás se detuviera.

El crecimiento de las Industrias Culturales mantiene a un ganador: al capitalista y la estructura que lo privilegia. Bajo estos fundamentos el desarrollo de la técnica es el sometimiento del individuo, que lejos de cuestionarse el uso de la misma, la visualizan como un beneficio del proyecto de la modernidad, ya que en apariencia tienen la libertad de consumir cualquier tipo de producto cultural y que gracias a la relación con el instrumento tecnológico se obtienen distintas bondades como la diversión, la felicidad e interrelacionarse con el objeto de deseo mediado por el aparato tecnológico.

Si bien el entorno que evidencia la Escuela de Frankfurt ha sufrido modificaciones sustanciales, hay muchas características de las IC que perduran hasta nuestros

días. La importancia de la conceptualización de Adorno y Horkheimer (2003) permitió encontrar muchas fracturas y tensiones entre el discurso de la modernidad y su aplicación en los productos culturales, muestran una dimensión fundamental en la comprensión de la racionalidad técnica en las relaciones de poder propias de la estructura en las sociedades capitalistas modernas.

La etapa de la posguerra es significativa en muchos sentidos, pues la estructura mundial sufrió cambios de fondo, la disputa entre países pasó del conflicto bélico (con la caída de la Alemania Nazi) a la disputa entre ideologías y formas de vida como el capitalismo y el comunismo, los nuevos actores en la escena mundial buscaban imponer condiciones con elementos como la carrera espacial, la creación de armas o el desarrollo informático, en el que el común denominador era el desarrollo tecnológico y que además fungía como legitimador de un posicionamiento u otro.

Ante un mundo que se encontraba en reconstrucción en todos los sentidos y en el que la inestabilidad económica, política y social son partes inherentes del orden mundial, los países buscaban solventar su hegemonía sobre el resto. Por un lado, los Estados Unidos con una economía poco estable a causa de la Gran Guerra y que vaticinaba una recesión; por el otro, la URSS fortalecida en los territorios que ocupaba pero igual de desgastada económicamente (Hobsbawm 1998), se vislumbró lo que sería un nuevo conflicto llamado Guerra Fría en el que dos visiones se confrontaban para imponer las condiciones con las que se erigiría el mundo.

La estructura social, política y económica había recibido una fuerte sacudida, por lo que era menester fijar el rumbo que tomaría cada nación para minimizar las pérdidas provocadas en la Segunda Guerra Mundial. Aunque ambos Estados se encontraban en una situación complicada, la naturaleza de la rivalidad de acuerdo a Hobsbawm (1998) era inminente, uno representaba un obstáculo para el otro al tratar de conseguir los fines propuestos, la contradicción de su modo producción respecto a la distribución, interfería en su permanencia y desarrollo en el mundo.

Como ya se ha mencionado, el factor tecnológico cobra relevancia en el proyecto moderno de las sociedades capitalistas industrializadas, no es casualidad que con la aparición de la Guerra Fría este instrumento se convirtió en uno de los estandartes con los que se buscó la superioridad de un modo de producción, una construcción muy bien enfocada ante el mundo del desarrollo tangible, y que además dominó a los sujetos a través de este mecanismo tecnológico materializado en equipo nuclear (Marcuse,1985). La historia nos muestra que en este periodo no hubo ninguna agresión armada directa entre las naciones de ambos bloques, pero sí un amplio desarrollo en su armamento, que al fin de cuentas es una extensión tecnológica-simbólica de dominio.

Aunque la constante amenaza de una guerra nuclear jamás se produjo, la injerencia de la URSS y EUA en conflictos armados internos de otros países fue el común denominador para capitalizar de distintas maneras su posicionamiento frente al mundo. Tales son los ejemplos de las intervenciones estadounidenses⁷ en América Latina como el fracaso del sistema político en Chile con la dictadura de Augusto Pinochet (Harvey, 2007) así como las invasiones de los rusos a Checoslovaquia so pretexto de una revuelta interna para adherirlos a su dominio territorial (Hobsbawm 1998).

El que estas superpotencias estuvieran enfrascadas en una lucha que no tenía un claro ganador, las circunstancias históricas que se presentaron en el mundo durante la Guerra Fría, hicieron la diferencia sustancial para que la balanza se inclinara por un bloque. En definitiva el orden mundial había dejado efectos colaterales, el principal el estancamiento económico que afectaba a ambos modos de producción, por lo que en la década de los setenta e inicio de los ochenta, ya dependían del uso y la estructura mundial para solventar y seguir adelante.

⁷El desarrollo armamentista de los Estados Unidos en el periodo de la Guerra Fría fue fundamental para potenciar las ganancias económicas y políticas, a costa de la intervención en conflictos armados internos de países que suponían un peligro por "pertenecer" al comunismo, además era menester frenar el avance de esta idea y debilitar al bloque opositor. En este periodo se presentaron guerras en Corea, Vietnam y Medio Oriente, en los que abiertamente participaron para derrocar a gobiernos e imponer las lógicas capitalistas que promovían el libre mercado.

Si bien el que las condiciones materiales fueran fundamentales para tener a un ganador, existieron otro tipo de elementos que acrecentaron el problema y dieran paso a una nueva geopolítica mundial en el que la disputa de tres décadas quedara en el pasado y un orden se impusiera paulatinamente. La crisis del capital así como su reestructuración durante el inicio de los 80 a nivel mundial dio paso a una nueva serie de políticas económicas y sociales en distintas latitudes que solventaron el fin de la Guerra Fría con la derrota inminente de la URSS.

Asimismo, el desarrollo de este conflicto no armado entre ambas superpotencias de varias décadas de duración causó estragos y beneficios en ambos lados. Sin embargo, desde lo interno del bloque socialista, la URSS mostró escasez, conformismo en las personas, privilegios de la clase militar y política (el partido comunista vivía corrupción), además de que el rumbo que habían elegido tanto a nivel interno como externo consumirían su derrota, por lo que la transición hacia el capitalismo era evidente. De igual manera, la llegada de Gorbachov⁸ al poder facilitó el escenario, pues las circunstancias estaban dadas para dar paso a una única hegemonía política-económica mundial (Hobsbawm, 1998).

La influencia de la élite en el bloque socialista también fue fundamental para dar el paso hacia el capitalismo, la distribución no era efectiva entre los territorios soviéticos y por tanto la afectación en la que se tomaban decisiones se acrecentaban conforme avanzaba el tiempo. Los inicios de la década de los ochenta se caracterizaron por el estancamiento económico a nivel mundial, también sería el inicio del desmantelamiento de los territorios pertenecientes a los rusos, la caída se convirtió en un trámite paulatino hacia el capitalismo.

Por su parte, en los países capitalistas durante el contexto posterior a la SGM se adoptaron distintas dinámicas como el libre mercado, la apertura mundial de mercancías y el keynesianismo⁹ que había sido fundamental para la

⁸ Desde su llegada al poder impulsada por las élites del partido comunista, mostró su interés por la apertura del territorio soviético al mundo, romper con esas barreras simbólicas que representaba el comunismo e ir con las corrientes de cambio debido al estancamiento que sufrió dicho proyecto (Hobsbawm, 1998).

⁹ La teoría económica impulsada por John Keynes es una propuesta para resolver las crisis que sufre el capital, como lo fue la Gran Depresión, en donde el Estado juega un papel fundamental para la creación de

reconstrucción económica, política y social, en el que la intervención del Estado en busca de bienestar y riqueza colectiva fue el común denominador (Harvey, 2007). El gasto público era un elemento primordial para afianzar a los países en el desarrollo y poder exportar, es decir se necesitaba fortalecer internamente la estructura económica y social para poder salir al mercado internacional.

Esta implementación de bienestar social puso en riesgo a la élite económica capitalista durante las décadas posteriores, pues las oportunidades a las clases trabajadoras y la búsqueda de los gobiernos por estrechar las desigualdades ponía en riesgo su posición social, era necesario desde la concepción elitista, un proyecto político que restableciera el poder de clase, que revertiera el *modus operandi* de bienestar social (Harvey, 2007). Aunado a lo anterior, el costo económico de las instituciones sociales incidió, la investigación científica llegó a su límite, las burocracias y corrupción del sistema capitalista impactan en la estadística estratégica del sistema: la tasa de ganancia. Al disminuir se genera el incentivo para el cambio que se señala.

A nivel macro el ascenso al poder de personajes como Margaret Thatcher en Reino Unido y Ronald Reagan en Estados Unidos, que creían en una nueva forma de ejecución de políticas económico- políticas que privilegiaban la privatización de los bienes públicos y el aumento de la participación del capital privado en el Estado para resolver las crisis del capital, propiciaron un nuevo escenario mundial (Harvey, 2007) Las condiciones estaban dadas para que se diera paso a una transformación radical en la estructura internacional.

En síntesis, si bien la Guerra fría no fue un conflicto armado entre las superpotencias, implicó un desgaste/beneficio en todos los sentidos para los participantes por su duración. La intromisión política y armamentista de los actores en disputas bélicas internas de otros países puede describir las estrategias que se implementaron para demostrar superioridad ante el mundo y detener el avance del bando contrario en la apropiación de ciertos territorios.

trabajo a través de infraestructura. Este modelo económico está basado principalmente, en la inversión pública de los gobiernos para generar ingresos y por lo tanto, empleos (Harvey, 2007).

Este breve recuento del rumbo que se marcaría a posteriori de la SGM, permite acercarnos a las estructuras que se trastocaron y que cambiaron el estado de las cosas en el escenario geopolítico. Si bien, el conflicto dejó de ser armado, se dio paso al posicionamiento ideológico y principalmente a la ocupación de los espacios tangibles y simbólicos, un claro ejemplo de lo anterior es la lucha por la apropiación del factor tecnológico desde distintas trincheras fue común e incluso potenciaba la legitimidad de la operación de un modo de producción u otro.

Aunado a lo anterior este episodio se caracteriza por ser una disputa ideológica con la que se marcaría el rumbo que tomaría el mundo, el posicionamiento de superioridad o distinción de ambas superpotencias en busca de la hegemonía atravesó directamente por el desarrollo tecnológico- armamentista, la trinchera fue la del progreso y su materialización el objetivo. El rumor de extinción entre ambas naciones impulsó esta rivalidad, la catástrofe fue la característica con la que ambas potencias en su actuar defensivo legitimaban sus acciones y en las que basaban su desarrollo internacional en distintos ámbitos.

El avance tecnológico alcanzó niveles insospechados, la competencia entre ambos bloques impulsó la carrera espacial, entre las que se destacan la llegada de Neil Armstrong a la luna o los múltiples satélites que se encuentran en la órbita terrestre, la sofisticación de estos instrumentos técnicos que son el antecedente para el desarrollo de las telecomunicaciones a nivel internacional, el antecedente para la propagación de los productos simbólicos a lo largo y ancho del globo terráqueo.

El desarrollo tecnológico enfocado en la conexión entre los distintos bloques, solidificó una estructura que posteriormente sería un parteaguas para la capitalización de las comunicaciones. La ocupación de lugares no solamente era en el plano terrestre sino de todos los espectros que pudieran dejar dividendos, si bien el Estado impulsó todo este avance, la iniciativa privada posteriormente encontraría un nuevo brazo para ampliar su capital a espacios que podían generar una ganancia económica.

De igual manera, este periodo se caracteriza por la particular intervención del Estado para reconstruir la estructura económica, política y social por la que atravesaban los países, la inversión pública fue una constante que consolidó el crecimiento de las ciudades y dio trabajo a las personas que participaban en dichas construcciones (Hobsbawm, 1998). Sin embargo, este actuar por parte de los gobiernos puso en riesgo la posición de privilegio en la que se encontraba una élite, por lo que aunado a las condiciones de estancamiento en la década de los ochenta era necesario, según su concepción de clase y privilegio, realizar acciones que reconvirtieran el momento histórico y cuidaran su posición.

1.3 Nuevo orden mundial. Reacomodo estructural de las Industrias Culturales ante las políticas neoliberales y la globalización como narrativa del progreso.

La élite fundamentó desde distintos lugares como la academia un nuevo proyecto político-económico que restableciera sus privilegios, así el neoliberalismo como proyecto que cumplía con esos fines, ganó adeptos dentro de los gobernantes que posteriormente lo implementarían. Esta teoría de prácticas económico-políticas están enfocadas en la reducción de lo público y el aumento a lo privado, introducir nuevos sectores a las lógicas del mercado dándole a través de su uso un valor y así generar riqueza mediante la privatización radical (Harvey, 2007), que permitió ensanchar las áreas de capitalización económica, y profundizar la explotación en aquellas otras ya sujetas a la lógica capitalista.

Este paso hacia una nueva estructuración del mundo en el que el modo de producción capitalista se encontraba establecido, sin ninguna resistencia, en términos ideológicos, con entusiastas del neoliberalismo en el poder como los casos de EU y Reino Unido, las condiciones estaban dadas para la apertura total económica del mundo a costa del bienestar social implementado durante la posguerra. Un nuevo orden enfocado en generar ganancias para la iniciativa privada en rubros que pertenecían al Estado estaba por llegar.

Durante finales de esa década, la unificación del mundo en un solo modo de producción después de la caída del Muro de Berlín y por tanto, del bloque socialista, aunado a la implementación de las prácticas político-económicas como el libre mercado, facilitaron y complementaron las condiciones para que el capital resolviera su crisis, el dominio de la élite se extendiera y la idea del progreso propio de la modernidad se revitalizara. La nueva maquinaria global estaba lista para su funcionamiento, para que sus engranajes dieran los resultados económicos esperados a la clase dirigente: la de mantener y principalmente acrecentar su riqueza.

Bajo estas condiciones del neoliberalismo, la función del Estado-Nación pasó de ser administrador de los recursos a ser un mero supervisor para garantizar el éxito del capital en los sectores privatizados, su injerencia en el Nuevo Orden Mundial fue el de consolidar las políticas que beneficiaban a una élite (Bauman, 1998). El mundo global se imponía ante lo local, las lógicas neoliberales dictaron las formas en las que se desarrollaría el mundo, el capital afianzaba su poder, la estratificación y redistribución mundial ya estaba a cargo de éstos.

En esta apertura de las naciones al capital, al intercambio desmedido de productos materiales y bienes simbólicos, al rompimiento de las barreras geográficas del tiempo y el espacio, al consumo de cualquier producto de la faz de la tierra, a los beneficios de la transnacionalización, a la era de la riqueza para todos, al contexto globalizado, las modificaciones que sufrió el poder son fundamentales para encontrar puntos de tensión, el revisionismo histórico en esta época permitirá una reinterpretación de la sacudida que sufrieron las estructuras y los procesos de invisibilización que conllevan.

Para lograr lo anterior, se ha articulado desde lo general una descripción de las condiciones materiales e históricas por las que atravesó la sociedad moderna capitalista, para llevarlas a un caso en particular como el de las Industrias Culturales en el contexto de globalización, de esta manera se encontrarán puntos de inflexión que son elementales en la renovación en las estructuras de dichos organismos. El paso desde la conceptualización hecha por Adorno y Horkheimer

(2003) sufre transformaciones de fondo durante las políticas neoliberales, por lo que es preciso desarrollarlas.

El periodo conocido como neoliberalismo en el que de acuerdo al discurso de sus seguidores en su puesta en marcha, se materializarían la libertad, la unificación, la apertura entre países, el progreso, la ruptura de las barreras geográficas y la llegada de la riqueza para todos los ciudadanos, una nueva era de esperanza era un hecho. El capitalismo de las últimas dos décadas del Siglo XX había transformado su modo de operar para solventar las crisis a las que se enfrentaba (Harvey, 2007), esta apuesta mostraba el lado idealista, representaba tan solo una cara del proceso.

La fundamentación que encontró la etapa neoliberal en las virtudes que traía consigo la apertura mundial de todos los aspectos de la vida cotidiana como las comunicaciones, los aspectos económicos, políticos y culturales, denominada globalización, hicieron mucho más sencilla su aplicación dentro de los territorios (Bauman, 1998). Dichas narrativas del progreso materializado en la colaboración internacional hicieron más liviana la introducción de las políticas económicas que marcarían el rumbo de los países y por tanto de la sociedad de finales del Siglo XX¹⁰.

Pero, por qué habría de cuestionarnos un proceso que tiene como finalidad la libertad de sus ciudadanos, y que además en nuestra cotidianidad vemos reflejado el progreso y las virtudes que deja la globalización en la que podemos encontrar casi cualquier rasgo de alguna cultura del mundo, en el que gracias a la inmediatez podemos saber sobre todo tipo de acontecimientos que está a miles de kilómetros de distancia, en esta maquinaria materializada del progreso ¿por qué habría catástrofe?

¹⁰ Cabe resaltar que desde distintos frentes hubo resistencias a las políticas económicas internacionales, lo local fungió como una esperanza ante las nuevas modificaciones por las que atravesaba el mundo. El Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN) asumió el papel de opositor ante el Estado e incluso la lucha no se llevó en el terreno discursivo, sino a lo armado contra el gobierno mexicano, este ejemplo muestra la importancia de la resistencia local ante el panorama de cambio impuesto desde lo global (Bauman, 1998)

La globalización ha sido nombrada con distintos "adjetivos" que apelan a metáforas de bienestar para la sociedad, en su mayoría hablan de sueños e idealizaciones en el que la modernidad y la horizontalidad serán una constante, estas son utopías o ideales que buscan justificar al sistema económico y el nuevo funcionar de las cosas (Ianni, 1996). No es casualidad que se nos presente como un aspecto de la realidad con múltiples beneficios, que las alusiones sean de carácter positivo y que la construcción de dichas representaciones e imágenes son muestra de un mundo ideal, conectado, perfecto, lleno de riqueza y con un marco de autonomía para todos.

De acuerdo a Bauman (1998) la idea de libertad en la que se sustenta la "fábrica global" no es de todos, es exclusiva de la clase dominante, de los que poseen el capital para romper esas barreras del tiempo y el espacio, por lo que esa élite es la que impulsa este discurso que mantiene su posicionamiento en la estructura, el de poder. Al representarse solo una parte del proceso se perpetúan las relaciones sociales inmersas en el mismo, se normaliza el estado de las cosas, no se le cuestiona, al contrario se celebran las bonificaciones que trae consigo la coyuntura.

El que las narrativas del nuevo mundo globalizado pertenezcan en sus beneficios a la élite que controla los medios de producción no es una casualidad, el triunfo del dominio ideológico es una asignatura sumamente importante para el desarrollo sin contratiempos de la maquinaria del modo de producción, por lo que detrás de estos múltiples beneficios hacia el grueso de la población existe de manera contundente un pequeño sector que las capitaliza. El sueño de la apertura y la libertad solo le pertenecen a los que poseen el capital, sin embargo ¿existe una población alienada que acepta sin restricciones?

Se aplaude la llegada de las transnacionales a los territorios, los gobiernos lo ponen entre sus logros e incluso en medio de festejos inauguran fábricas que traerán consigo miles de trabajos, se elogia que el capital privado ponga los ojos en una región, se materializa la modernidad. Desde la élite internacional, el libre mercado y las políticas neoliberales, se dictan las normas bajo las cuales lo local

se moverá, el rompimiento geográfico solo le es inherente a unos cuantos, por lo que se puede reafirmar que esa idea de libertad solo aplica para la clase dirigente que establece su poder alrededor del globo y da lo mínimo al resto de la población.

Por consiguiente es necesario cuestionar la construcción de lo que se entiende como libertad en el imaginario simbólico de las personas, ¿cuáles son las implicaciones ocultas que tiene este valor internacional que acompañan a la globalización? Si bien, se convive con ella como una parte inherente de nuestro día a día, en términos reales pocos logran alcanzarla, ya que es un hecho que cualquiera podría viajar, elegir, desarrollarse en el lugar que quisieran, vivir en sus términos, pero hay factores que lo impiden, que cristalizan la diferencias y desigualdades, el de la brecha económica, política y social (Bauman,1998).

Aunado a lo anterior, el adelgazamiento del Estado-Nación mueve todas las relaciones de poder hacia nuevos actores a nivel mundial, la apertura de los gobiernos alrededor del globo se supedita a las reglas del capital transnacional. En este nuevo orden la dependencia cambia de posiciones entre actores, en el nuevo "desorden mundial" (Bauman,1998), la redistribución va en todas las vías tanto macro como micro, por un lado una clase dirigente se afianza básicamente en cualquier lugar donde invierta, por el otro los Estados se tienen que adaptar a una estructura mundial que clasifica en países de centro y periferia (Wallerstein, 2005) por lo que las desigualdades se muestran en todas las fases de este entorno.

Los dueños de los grandes consorcios al posicionarse dentro de lo más alto de la estructura mundial influyen directamente en las políticas de los países, si éstas no les convienen deciden moverse en libertad a cualquier otro país, por lo que se reafirma que este valor es para los más privilegiados, para los que tienen el acceso a la ruptura de las barreras en el tiempo y espacio, las reglas corren a cargo de un pequeño sector, el desplazamiento del poder se transforma de fondo.

Asimismo las instituciones como el Banco Mundial (BM) y el Fondo Monetario Internacional (FMI), fundadas en el periodo de la posguerra y que tenían como finalidad la reconstrucción del mundo a través de préstamos hacia las naciones

que estuvieron involucradas en el conflicto bélico, adquieren un nuevo funcionamiento en el marco normativo de la globalización. Lejos de cumplir con labores de compromiso y bienestar económico entre las naciones, se convierten en impulsores y vigilantes del endeudamiento de los países de la periferia, imponiendo así el pensamiento de los países hegemónicos a los que les rinden cuentas (Harvey, 2007).

De esta manera se puede afirmar que en el nivel macro, la globalización no logra cumplir con las promesas mediante las que se implementó, no alcanza para la horizontalidad en términos sustanciales entre los ciudadanos del mundo moderno, se quedan en el discurso y la idealización de sus impulsores académicos y políticos, se apega como corriente económica a mantener e impulsar las relaciones de poder por parte de una élite. En apego a sus implementaciones solamente consolida el pensamiento de los dominadores y resuelve las crisis del capital.

Igualmente, se reafirma que esta "máquina estratificante" marca la pauta desde lo global para redistribuir en lo local, no elimina las diferencias, segrega y excluye mundialmente, lejos de acortar las diferencias, este proceso las reordena (García Canclini, 2006). En esta alineación de fuerzas en la escena global sufre cambios de fondo, la élite se modifica y extiende su dominio en lugares insospechados, desde lo local se acatan las reglas de la escena global, se someten a un poder desconocido y lejos de pensarlo como una forma de subordinación, lo ven como un beneficio, el cambio en el paradigma dentro de la globalización se formaliza en el sujeto alienado.

Avanzando en nuestro razonamiento, será primordial mostrar cómo a través de las políticas neoliberales se fundamentó el uso de la tecnología, ya que gracias a las condiciones materiales propias del contexto como el libre mercado, se potenciaron campos como el de la informática y la cibernética en el que desde lo privado se afianzaron como negocios redituables y que además tienen injerencia directa en la estructuración de la industria de la cultura. En esta idea de inmediatez que acompañan esta revitalización del modo de producción, el avance en lo

tecnológico se convierte en un pilar bajo el que se sustenta el ciclo dentro de todas las partes del proceso.

Basta ver la composición de la élite a raíz del periodo de globalización, en el que una serie de personas inmersas dentro del desarrollo del campo tecnológico ascendieron como las personas con mayor poder económico, Harvey (2007) refiere que en esta redistribución estructural existe una reconfiguración de clase en sus componentes, sin embargo éstos siguen funcionando como un bloque en el que tienen un solo objetivo el de mantener su dominio a través de la reproducción del estado de las cosas.

El que el campo de lo tecnológico haya cobrado importancia en el contexto propio de la globalización es un síntoma de hacia dónde migraron los nuevos procesos de mercantilización propios de las políticas neoliberales, de acuerdo a Hobsbawm (1999), Harvey (2007), Bauman (1998) y Zallo (2016) refieren a las finanzas y la especulación como un nuevo paradigma por el que atraviesan los nuevos movimientos del capital en el libre mercado. En el que el predominio del capital financiero sobre el mercantil y el productivo, se cimienta en una racionalidad básica: la reproducción rentista que se apareja a la velocidad de reproducción, lo que implica poco riesgo y rápida capitalización.

Tal premisa incentiva el desarrollo de un sistema que tanto optimice las decisiones de inversión (casas de bolsa, futuros y demás productos financieros que justo aprovechan la minería de datos), como permita que las oportunidades emergentes se aprovechen sin tiempo ni frontera. Ambas tendencias son progresivas y son origen del extraordinario desarrollo de las TICs en procesamiento de la información y en circulación de la misma.

Si bien, durante el periodo previo de la Guerra Fría el avance tecnológico se había solventado desde lo nuclear y el desarrollo espacial, en el contexto de la globalización la especialización de dicho sector se centra en la conexión mundial en un solo bloque. No es casualidad que se haya potenciado el campo de la técnica, pues el proyecto de la modernidad está sustentado en el progreso por lo que su común denominador es el del avance, simplemente que en este periodo de

transformaciones el adelanto técnico se centra y acelera en otros instrumentos como las computadoras y las comunicaciones.

Esto no quiere decir que las demás áreas de progreso tecnológico hayan sido descuidadas o que se encontraban estancadas durante este periodo, sino que se mantuvieron en un segundo plano, pues la visibilidad que se mostró en los terrenos de la informática, cibernética, biotecnología, entre otros se aceleró (Bauman,1998) y solventaron la apertura de nuevas zonas de interés del capital en el que ya no solo era considerado el bien material, sino también los paquetes informacionales que se producían en dichos campos (Ianni, 1996).

Bajo este entendido, el contexto del mundo globalizado ha permitido el aumento acelerado de la tecnología, entre esos campos el de las telecomunicaciones, según García Canclini (2006) este desarrollo de la técnica en el libre mercado ha propiciado que los paquetes de información circulen de forma intensificada, pues se eliminan comercialmente las barreras geográficas. La suma de las condiciones materiales sociohistóricas, políticas y económicas del neoliberalismo sostenidas a través del factor tecnológico, propiciaron una nueva forma de operar dentro del modo de producción capitalista y que incluso lo estimularon.

Asimismo, uno de los elementos que es representativo del entorno y que sufre cambios en este proceso de globalización es el de los productos culturales, ya que se insertan en una lógica mercantil mundial, solventando un modelo de negocio que implica una acumulación constante y en la que tiene como finalidad dotar a la mercancía cultural de un valor que el consumidor no cuestione y que sobre todo haga parte de su día a día. Es decir, como en todo proceso de producción de mercancías, el capitalista busca extraer la máxima ganancia de su inversión.

Antes de la globalización de las comunicaciones, los países estaban centrados en la producción de mercancías, el ciclo estaba enfocado a crear e innovar sobre productos tangibles que pudieran consumir las personas, en el contexto del libre mercado se expanden las oportunidades de venta, la oferta se diversifica en muchos campos, se mercantilizan nuevos espacios otro tipo de bienes como los simbólicos alrededor del mundo. Esta potencia de llegar a públicos diversos sin

importar el territorio, la ruptura de las fronteras geográficas y la inmediatez, son reglas propias del contexto neoliberal y que capitalizan las clases dirigentes.

La exportación de bienes ya no es exclusivo de los materiales, también se centran en paquetes informacionales de todo el mundo; los países distribuyen mercancías culturales, expanden su dominio a diversos lugares del globo (Ianni, 1996), las IC ya no se centran en un solo territorio, sino que buscan que sus mercancías lleguen a más lugares, que sean adquiridas por más personas. Es común en nuestros días prender la televisión y encontrar novelas de Turquía, deportes de Bélgica, Alemania, Italia y España, películas y series estadounidenses, estamos en la era de lo posible gracias al instrumento que se encuentra inmerso en el periodo de la ruptura y el progreso técnico.

La Industria Cultural que habían descrito los integrantes de la Escuela de Frankfurt se somete a una lógica de producción que tiene un nuevo rasgo: el de la aceleración¹¹, en un menor tiempo existe una mayor oferta, los productos culturales deben producirse con una mayor velocidad, imprimir inmediatez al ciclo de producción para que no pare la ganancia. El bombardeo hacia el consumidor adquiere una nueva dimensión en la que se rompe con el tiempo y el espacio, es menester no dejarlo descansar, en este contexto que transforma las estructuras se intensifica la exhibición para el sujeto, el acceso a los bienes culturales del mundo es una realidad.

En este marco analítico de aceleración tecnológica en el que se encuentran involucradas todas las dinámicas sociales, políticas y comunicativas, y por ende, las Industrias Culturales, se convierte en un tema central en los cambios que ha sufrido la sociedad moderna en el marco de la globalización y de las políticas neoliberales, su influencia en distintos procesos del mundo han modificado la manera en el que los sujetos se relacionan con el instrumento. Ante esta lógica la

¹¹ De acuerdo con Hartmut Rosa (2011) se entiende por aceleración al proceso en el que se encuentran inmersas las sociedades capitalistas modernas, en el cual se busca optimizar y hacer más eficientes los tiempos. Existen tres tipos de aceleración: la tecnológica impulsada por el motor económico, la del cambio social en el que las estructuras básicas se transforman velozmente y la aceleración del ritmo de vida que se centra en las modificaciones de las prácticas de las personas.

industria de la cultura ha sufrido una renovación en la cadena de producción de los productos culturales que distribuyen a nivel mundial.

Esta intensificación con la que se producen, circulan y se consumen los productos culturales, revitalizan a la industria de la cultura, ofrece una forma de bienestar al ciclo de producción, no solo es la llegada a lugares donde no se consumían, sino que tiene implicaciones en todas las partes del proceso que benefician a sus dueños con la ganancia de los mismos. Por lo tanto, al existir modificaciones en el ritmo de producción se renuevan las dinámicas propias de cada sector, en este caso el de las IC.

Dicha ruptura en el tiempo y el espacio, ha llevado a pensar desde distintas perspectivas en cómo influye la relación dialéctica entre lo global y lo local en el marco de la globalización, en este caso sobre las concepciones estructurales que impone la industria de la cultura a nivel internacional. Los grandes consorcios de la comunicación si bien marcan la oferta de bienes culturales a nivel mundial, hay algunos de los países del centro que se convierten en hegemónicos y que incluso dan la pauta en distintos negocios como el cine, la música y la televisión sobre los países que son considerados de la periferia.

Ante las políticas del libre mercado y la sofisticación tecnológica de las comunicaciones, la intensificación que hacen las Industrias Culturales es la de ampliar su poder en los países donde invierte, de acuerdo a Bauman (1998) tienen total amplitud para moverse en cualquier parte del globo en la que puedan reeditar los bienes simbólicos que ofrecen. La llegada y establecimiento del monopolio cultural básicamente a cualquier territorio pareciera que dicta una uniformidad de la identidad global en la que todos se alinean y por lo tanto, se puede hablar de una cultura única (García Canclini, 2006).

Sin embargo, en esta movilidad que ha tenido el mundo durante su historia, sería un error afirmar que existe una única cultura mundial, que todos pertenecen al mismo bloque, pues se pueden ver las influencias de otras culturas en las identidades locales, es decir que el intercambio cultural siempre ha estado presente (Giménez, 2002) solamente que en este periodo de aceleración

tecnológica se intensifica y pareciera que se impone de manera aplastante sobre lo local, que lo moldea a su imagen y semejanza.

Llegados a este punto, no se puede hablar de una sola cultura mundial en la que desde lo global se crea a un único ciudadano, sino que existen diversas influencias de centros culturales hegemónicos que parecieran fomentar la homogeneización del mundo (García Canclini, 2006), no es que se moldee desde la carga simbólica que tienen los bienes culturales, sino que existen potencias que tienen mayor injerencia en determinados mercados aunque no necesariamente su producción sea la más amplia¹².

La hegemonía cultural se visibiliza e intensifica en el periodo de la globalización, se imponen ciertas características desde global como la producción con el detalle técnico de la reproductibilidad, pero también debe de tener particularidades en el contexto que se exhibe, por lo que se reafirma que lo local sigue subsistiendo a pesar de la imposición internacional (Giménez, 2002). En esta dialéctica de lo local y lo global una fortalece a la otra, pues lo global adapta sus productos estandarizados en la situación propia de cada mercado al que llega¹³.

De acuerdo a García Canclini (2006) estas dinámicas del capitalismo moderno tardío como la liberalización del capital, la privatización de distintos sectores y la apertura total del mundo al libre mercado, hacen que se combinen e incrementen el intercambio de procesos socioculturales de lugares diferentes para formar nuevas estructuras, objetos y prácticas, a lo que el autor conceptualiza como hibridación. De esta manera se puede concluir que la influencia va en dos vías, es cierto que existen ciertas tendencias por parte de lo global pero éstas no eliminan

¹² El Instituto de Estadística de la Unesco (2017) arrojó la información de que la India es el país con más largometrajes producidos, seguido por China y los Estados Unidos. Empero, los estadounidenses tienen un serio dominio sobre distintos mercados de periferia como México en el que en la mayoría de las salas se exhibe una alta oferta de bienes culturales de dicha nación, incluso por encima de la local.

¹³ Son diversos los ejemplos en los que se inserta el aspecto de la identidad local en la lógica de producción transnacional, en el que la industria cultural utiliza rasgos específicos locales en sus narrativas, que además pueden reproducirse técnicamente para capitalizarlos. Disney en su producción animada utiliza algunas culturas locales en sus películas infantiles, habría que revisar las películas como "Coco" o "Moana" que de aspectos identitarios de ciertas naciones, reproducen y construyen estereotipos que dejan ganancias millonarias.

a lo local y viceversa, siempre y cuando tengan la posibilidad de reeditar en lo económico a la clase dirigente.

Por último se puede afirmar que a pesar de que las IC se encuentran en distintas condiciones históricas a las que vieron Adorno y Horkheimer (2003), muchos de sus pilares siguen intactos, solamente que se sometieron a nuevas dinámicas, se aceleraron pero operan bajo el mismo fundamento. La reproductibilidad técnica se incrementó, el detalle técnico que eliminaba lo estético en la obra de arte alcanza velocidades extraordinarias, el elemento que permite esta masificación se vuelve en la regla; basta ver el impulso que recibe el instrumento con cámaras de última generación o los trabajos de posproducción en la realización de los mismos, se cuida que el producto cultural cumpla con el estándar mecánico y que siempre se esté innovando.

La contribución desde lo global está totalmente enfocada en la producción y distribución de los bienes simbólicos, se apegan a las dinámicas que establecen los escenarios mundiales para extraer el máximo de ganancia en el ciclo de producción (Zallo, 2016), esto no es una novedad, pero en el periodo de apertura mundial estas relaciones en dicho proceso se intensifican por las condiciones materiales. Es importante mencionar, que la aceleración tecnológica modifica la percepción de lo mundial sobre lo local, lo magnífica, pero no deja de lado el significado de la particularidad que tiene el consumidor (Giménez, 2002).

Desde la escena internacional se imponen tendencias y lineamientos para la producción estandarizada de los bienes culturales de manera acelerada, lo cual tiene como consecuencias que la estructura de las IC se transforme en la misma tónica, que las dinámicas del capital permeen en las partes de su proceso, y por tanto, extraiga al máximo la reproducción en la mercantilización de los mismos. La inmersión de la industria de la cultura en el periodo de las políticas neoliberales adquiere una dimensión que es necesario desentrañar para encontrar los elementos y procesos de tensión que alteran y revitalizan la fórmula desde lo económico.

En este breve recorrido histórico se puede notar cómo la modernidad ha tenido distintas transiciones que apoyan, fundamentan y solventan el modo de producción capitalista, que se vale de determinados procesos para que perdure el estado de las cosas en la que el dominador (la élite) mantiene su poder sobre el resto de las personas. Dichas transformaciones son adornadas bajo la idea del progreso materializado en el desarrollo técnico que es tangible para las personas, se venden ideas de que los resultados positivos de esta maquinaria son universales, se muestra una sola cara... la que le conviene al ganador.

El pensamiento de la cultura global donde se materializa la idea de la modernidad de una forma extraordinaria y que es exclusiva de toda la civilización, forman parte de las distintas trampas discursivas que envuelven el dominio de la clase dirigente. Como mencionó Benjamin (2008) todo progreso implica costos humanos, arrasa con todo lo que tiene a su paso, remueve las estructuras y nadie puede desalinearse de ese paso, ya que abarca todos los campos, dicha metáfora es fundamental para comprender los cambios de fondo que tiene el capitalismo del Siglo XXI sobre las Industrias Culturales.

Esta renovación que han sufrido las distintas fases en la mercantilización de los productos culturales en gran parte se debe a la migración a lo digital, este elemento tecnológico ha permitido al capital alcanzar sus fines y reestructurar la manera en la que se observan dichos elementos. La implementación de nuevos mecanismos en la cadena de producción de los bienes simbólicos han revitalizado la explotación dentro de sus partes de una forma veloz, llegando a niveles que permite repetir la fórmula aceleradamente, de esta manera la ganancia de quienes poseen la industria de la cultura retorna en una menor cantidad de tiempo.

Es menester revisar el alcance que ha tenido la migración hacia lo digital durante la cadena de producción, en el que pareciera que los beneficios son para el consumidor, pues se muestran como una materialización del progreso en la exhibición visual. Al igual que el resto de tecnologías, éstas son vendidas como resultado del esfuerzo colectivo, que su aplicación trae consigo una nueva dimensión de comodidad para el grueso de la población, empero, ¿qué hay detrás

de todos estos supuestos beneficios aplicados en la industria de la cultura?, ¿es un regalo por parte de la élite hacia los consumidores que se alcancen estadios insospechados de tecnología digital?

La aplicación de lo digital en los productos culturales dentro de todo su proceso ha traído dentro de sus supuestas "*mejoras*", cambios de fondo que merecen ser explicados. Las consecuencias en el entorno global han dado paso a una nueva forma de realizar bienes culturales, su desarrollo han dado vigencia al capital para extender sus ganancias en una menor cantidad de tiempo, es menester comprender dichas dinámicas y sus injerencias dentro de la industria de la cultura, así como sus alianzas con quienes lo poseen.

2. Aceleración tecnológica en la mercantilización de los consumos culturales. Una mirada crítica al ciclo de producción de los productos culturales.

Porque llegar a la conclusión de que no hay diferencia entre el culpable y la víctima, significa abandonar toda esperanza. Y a eso se le llama infierno

Milan Kundera

El sueño moderno del progreso fundamentado en la tecnología para todos como narrativa parece ser un éxito, en nuestra cotidianidad convivimos con él mismo, lo necesitamos para alcanzar un nivel de satisfacción y principalmente para hacernos la vida más fácil. Nos encontramos inmersos en un contexto que a diario nos reafirma la pertinencia del instrumento, que sin éste nuestro desarrollo se pondría en duda y que incluso nuestra existencia depende de lo mucho o poco que podamos manipularlo.

Sin ninguna resistencia la persona moderna parece doblegarse ante el triunfo de la tecnología, no comprende su modo de vida sin el aparato, lo desea para sentirse más fuerte, para ser parte del progreso mismo, es decir se comprende dentro del marco simbólico del desarrollo y por lo tanto, quiere pertenecer al mismo. Esta reconfiguración homogeniza los deseos en los tiempos modernos, encuadrados en la novedad de lo tecnológico la búsqueda se encausa en los fines que persigue el modo de producción.

La ilusión por formar parte de algo que no se alcanza a comprender se ha vuelto en regla, el ser humano enjuicia su vida y cree que sus logros se deben al grado de participación que tiene en el manejo del instrumento tecnológico. Lo sucedido en el entorno en apariencia abrumba, las nuevas olas de desarrollo técnico muestran un mundo que no se detiene y que si se quiere formar parte del mismo hay que ir a su ritmo, sino en automático se da la exclusión, la expulsión del proyecto moderno.

El triunfo del ser humano por abandonar sus cuestiones más instintivas para apropiarse de las condiciones naturales a través de la razón, creando y

modificando en beneficio de la sociedad, denominada *racionalidad instrumental*, y fundamentada en la acción de la tecnología entendida como *racionalidad tecnológica* (Horkheimer, 1973), ha llegado al estadio más profundo dentro de la sociedad. Nuestra percepción y acción en la cotidianidad quizás, ya no pasa por procesos sin el uso de la máquina, las labores diarias en la mayoría no se piensan fuera de los "beneficios" que el instrumento ofrece, tales como la eficiencia.

El afianzamiento que alcanza la tecnología en muchas de las acciones del ser humano llevan a pensar que su materialización es parte del estado de las cosas y que su funcionamiento es un premio para la sociedad moderna, donde los propios procesos de transformación no se pueden entender sin el uso de la misma, que es algo indisoluble. La posición del individuo depende de una estructura global que constantemente le indica lo correcto para pertenecer a los vientos del progreso que legitima la novedad de la *técnica*.

Ante este panorama pareciera que se coarta el derecho de decisión de las personas, que el sistema predispone a la ejecución de diversas acciones que se disfrazan en medio de una carga positiva de bienestar para el grueso de la población. Centran los esfuerzos en el elemento técnico como forma cambiante de mejoramiento de la sociedad, visibiliza tan solo la superficie de un fenómeno mucho más profundo, cooptan a las narrativas idealistas que traen consigo el mundo moderno para ir con la corriente y mantener la voz del lado de los que siempre la han tenido.

Sin embargo, ignorar las condiciones materiales por las que atraviesa el mundo durante distintos momentos de análisis, implica caer en el error de condicionar al sujeto como un ente sin consciencia y sin capacidad de respuesta histórica. Por lo tanto, el panorama anteriormente planteado, en primer lugar permite llevar a la discusión la perspectiva del progreso y su aplicación a través del elemento tecnológico en la vida cotidiana de las personas, estirar la liga para encontrar puntos de inflexión de discursos que se contraponen y que tienen un sentido al establecerse.

Si bien, hacer un recuento de más de trescientos años es algo pretencioso para este proyecto, en el capítulo anterior de dicho documento se indaga en las condiciones históricas que afianzaron el proyecto de la modernidad, se puso sobre la mesa cómo el modo de producción en distintos momentos se vale de distintas herramientas para solventar su permanencia. Ante esto, dicho escenario del mundo moderno permite explicar desde lo general las pautas como las tecnológicas, que acompañan al sistema económico, político e ideológico como un modelo hegemónico sin contraparte en su establecimiento.

Aunque la empresa de hacer un recuento del desarrollo del capitalismo en sus distintas etapas donde interfiere el elemento tecnológico como valor agregado, seguiría siendo muy ambiciosa, por lo que para resolver esta complicación es necesario situarnos en tan solo un fragmento de cambio, pero no a manera de salida, sino en forma de enfocar el análisis en los puntos de fractura que llevan a visibilizar elementos que son necesarios de resaltar y que han permanecido ocultos por la afinidad en la explotación que le permiten al capital.

La situación contextual además de acotar la descripción de un fenómeno, permitirá llegar a una situación particular que se busca detallar en la presente investigación: la transformación de los productos culturales a propósito de la aceleración tecnológica en su proceso de mercantilización. Lo anterior no solamente implica encontrar coyunturas novedosas, sino que utilizarlas como pretexto para ir a los problemas estructurales que se trastocan y a las innovaciones que utiliza el modo de producción para regenerarse.

Asimismo para desentrañar esos procesos que han sido vendidos como parte de un bienestar, y que en el fondo tienen distintas connotaciones que son capitalizadas por un pequeño sector, es fundamental llegar a investigaciones que permitan darle voz a los que no la tienen y centrar el debate con miras a transformar lo que nos rodea. La constante descripción de lo general a lo particular y viceversa, será fundamental para mostrar contrapartes que enriquezcan elementos complejos que necesitan ser detallados para entender su funcionamiento sobre el grueso de la población.

2.1 Percepción y aceleración en el mundo globalizado

En medio de un panorama de cambio para el modo de producción capitalista y por ende para el mundo como lo fue la década de los 80', en que las estructuras de lo económico, político y social se transformaron bruscamente para tratar de solventar la renovación del estado de las cosas en favor del capital, tales como las privatizaciones de las instituciones que eran controladas por el Estado o el poder que adquirió el libre mercado como forma fundamental de desarrollar el mundo, la tecnología se materializó como un elemento discursivo que acompañó las implementaciones del modo de producción capitalista.

Su intromisión no solamente fue adherida al ciclo de producción vigente como elemento que potenciaba la explotación en todas sus fases, sino que intervino como estandarte "moderno" de apertura ante la población. Con el predominio del capitalismo a lo largo y ancho del mundo, el rol que toma la tecnología sustenta y legítima a la innovación como un factor intrínseco del bloque ganador posterior a la caída del socialismo.

Si bien la idea de progreso propio del proyecto de la modernidad se materializa en muchas ocasiones con el desarrollo tecnológico, el contexto de la apertura del mundo al intercambio comercial llamado globalización potenció este elemento e incluso lo lleva a un estadio más elevado de sofisticación. Las rupturas en el tiempo y el espacio a propósito del desarrollo en el detalle técnico, con el que no solamente los bienes materiales, sino también los paquetes informacionales adquieren un valor de cambio muestran la ilusión de un globo interconectado por los instrumentos que se crean.

El espejismo de tener al alcance cualquier cosa sin importar la barrera del tiempo y el espacio, básicamente nos muestra que el sujeto ha alcanzado el nivel más alto de desarrollo dentro del entorno, que sin importar las condiciones físicas y materiales cualquier cosa se puede lograr. Este engaño se sostiene bajo los ideales de diversos valores como la libertad y del progreso técnico, las personas inmersas en estas dinámicas, identifican y se relacionan con la tecnología como

una señal de desarrollo, encuentran en el instrumento tecnológico potenciado en la coyuntura global la inmediatez en su modo de vida.

Ante una cuestión de concepción del entorno que rodea a las personas, las modificaciones tangibles se adecúan a las estructuras que funcionan, al pensamiento dominante del estado que perpetúan las cosas tal y como están, por lo que ante los cambios en el mapa geopolítico en el que se establece tajantemente el modo de producción capitalista, diversos valores o elementos se potencian. El más claro ejemplo se vislumbra en el desarrollo de la tecnología y los múltiples beneficios que traen consigo su implementación en el mundo moderno, en el que básicamente se convierte en una necesidad de primera mano.

La reconversión del orden de necesidades en las personas se intensifica a raíz de la implementación de las políticas neoliberales y apertura global de los mercados, las necesidades falsas o construidas que describe Marcuse (1985) se potencian con el discurso de participar en el mundo moderno, de ser parte del progreso mismo en sus distintas presentaciones. La búsqueda por tratar de adquirir bienestar a través de distintos bienes siempre ha permanecido inherente en la sociedad, empero en el mundo globalizado se convierte en señal de estatus y vanguardia.

El uso de la tecnología como elemento de progreso se sustenta en distintos niveles, desde lo macro con todas esas modificaciones que sufrió el campo de las finanzas en el que gracias al instrumento se almacenaron datos sobre el desarrollo de todos los países pertenecientes al mercado global o el ascenso de los imperios mediáticos favorecidos con las nuevas dinámicas mundiales (Harvey, 2007), la reestructuración del orbe a nivel general marcó la pauta bajo la cual se desarrollaría la concepción y el margen de maniobra de las personas. De esta forma se confirma que la tecnología como elemento tangible de mejora que acompañó innovaciones centrales en la percepción de la forma de vida y del modo de producción.

La introducción de distintas metáforas fue la constante, todas centradas en los múltiples bondades que traería consigo esta renovación en el capital sustentada

en el instrumento tecnológico y con la ilusión de acercar a las personas desde distintas latitudes, de contraer el espacio y el tiempo en beneficio de la sociedad. "Aldea global", "máquina de sueños", "autopista de la información", "fábrica global", entre otras, son tan solo algunos de los señalamientos con los que se sustentó la nueva operación de capital.

Inmiscuir a las personas en una concepción del mundo determinada por lo global y la élite que la maneja, no implica someterlo a un nuevo pensamiento que se introyecta sin ninguna resistencia, pero sí tiene injerencia sobre lo que va comprender como realidad. Es decir este discurso que acompaña a un pequeño sector por modificar el orden de las cosas para su beneficio dentro de un momento histórico, es lo que Gramsci (1999) determinó como hegemonía y que permite mantener a los sujetos dentro de un mismo grupo, sin cuestionar lo que se encuentra alrededor.

Estas narrativas van de la mano con las condiciones históricas que exigen los cambios en el modo de operar del capitalismo, buscan su revitalización y legitimación para mantener o transformar las estructuras. Su difusión se realiza a través de distintos canales que pertenecen, por supuesto, a la élite que le conviene se mantenga ideológicamente el privilegio con el cual se desempeñan.

Cabe aclarar, que el discurso hegemónico va acompañado de distintos elementos que ocultan las relaciones de poder, que solamente muestran beneficios sobre el modo de operar del entorno para el grueso de la población. De igual manera, aunque las condiciones contextuales pueden ser parecidas, éstas deben de adaptarse a ciertas modificaciones que lleva consigo la naturaleza cíclica del capital, un ejemplo muy claro es el anteriormente planteado de la globalización, que si bien es una situación coyuntural se apoya en ciertos elementos novedosos que traen consigo los valores de fondo establecidos en el proyecto de la modernidad como la idea del progreso.

Ante este panorama se demuestra que las condiciones históricas generales y su aplicación ideológica tienen repercusiones directas en la percepción que tienen las personas sobre su entorno, conviven con esas dinámicas y de facto las aceptan

cómo algo que es inapelable en el curso de las cosas. La predeterminación en la concepción de lo que rodea a las personas se convierte en la regla general y por lo tanto, el sostenimiento del ciclo de producción y de las relaciones de poder que traen consigo, se consigue en gran parte desde la renovación de lo ideológico.

En el potenciamiento de la tecnología como pilar del afianzamiento del modo de producción capitalista en el nuevo orden, las personas en su imaginario simbólico aprendieron y asimilaron que este elemento tangible del progreso era intrínseco de la realidad y cotidianidad. Incluso desde la academia se idealizó a la técnica como extensión de cualquier parte del cuerpo (McLuhan, 1996) dotando al instrumento como un valor agregado e inherente de los individuos, la construcción en el imaginario simbólico parte desde distintos enfoques que se conectan.

Desde las trincheras político, económico, académico e ideológico se situó a las personas como receptoras del aparato, la conversión del ciudadano mundial dio paso a un simple consumidor de los bienes materiales y simbólicos que la coyuntura a través de sus distintos brazos materializó (Ianni, 1996). De esta forma se abarcó los distintos niveles de interacción que tienen las mismas para reafirmar a la tecnología como vector de cambio, además de ser un artículo sumamente novedoso y tangible de lo que sería el nuevo orden mundial.

Hasta aquí podemos notar la inmersión que ha tenido el sujeto local desde lo global, sus marcos de referencia ante situaciones coyunturales y modificaciones específicas en cuestiones estructurales donde se ocultan las relaciones de poder que tiene el modo de producción. Se ha planteado un escenario donde la percepción de la persona se ve alterada de manera directa en su modo de vida, pues está inserción de instrumentos en apariencia le facilita las acciones que a diario realiza.

Las historias dominantes sufren transformaciones superficiales, se retocan los discursos en el contorno y se apegan a criterios muy bien establecidos históricamente en el proyecto moderno, solamente que le dan vigencia ante las cuestiones propias del contexto. Se trata de incidir en la concepción del mundo y principalmente en las prácticas de los individuos de manera que se pueda

fortalecer el modo de producción y por tanto de las personas que lo dirigen: la élite.

Sin embargo, la novedad a través del instrumento tecnológico dentro de la concepción del sujeto se encontraría inconclusa, tan solo es el primer paso para desentrañar el proceso desde sus distintas perspectivas, es decir es la parte medular que guiará la percepción del mismo ante una modificación sustancial en el capitalismo. Es necesario ahondar en los procesos que traen consigo los cambios tecnológicos, cómo benefician de manera directa al ciclo de producción, factores como la ruptura en el tiempo y el espacio dentro del nuevo orden para entender y desentrañar las nuevas dinámicas, específicamente de la industria de la cultura.

Acorde con los valores que abanderaron este cambio en las condiciones históricas que caracterizaron la coyuntura en la que se dio la ruptura en el tiempo y espacio, en el que se percibió la contracción del mundo como algo tangible dentro del proyecto moderno del progreso (Ianni, 1996), el actuar del sujeto se modificó sustancialmente a raíz de esta conformación estructural que traía consigo esta renovación en la operación del capitalismo. La idea de acceder prácticamente a los beneficios del desarrollo de cualquier país del orbe revitalizó el consumo e introdujo al sujeto en la misma dinámica de desarrollo que exigía la situación global.

Ante un mundo con múltiples movimientos de entradas y salidas, intercambios constantes, acercamiento entre naciones, rupturas en las fronteras territoriales e inmersos en la inmediatez de acceder a cualquier producto mundial ¿por qué no sería igual en las personas moldeadas en este modo de producción?, ¿por qué no se modificaría su margen de maniobra en medio de un mundo que no para?, ¿por qué al renovarse el orbe dentro de todos sus sectores la percepción no atravesaría por este proceso? Las respuestas conectan con la cuestión del tiempo y espacio.

Para ser más específicos, en la primera parte de este capítulo se desarrolló la descripción de las condiciones históricas dentro de las cuales el capital modificó, adaptó y transformó el discurso hegemónico para solventar sus crisis, en el que la

tecnología tuvo un papel predominante cómo factor novedoso dentro de la renovación del progreso como dogma. La adaptación del sujeto dentro de un panorama que traía consigo muestras de cambio, lo llevó a una concepción del mundo permeada por la racionalidad instrumental fijada a través del dispositivo tecnológico en el que la sofisticación era necesaria y fundamental para pertenecer al proyecto moderno.

Asimismo, se identificaron síntomas que se modificaron en el modo de vida de las personas, en el que mediante la imposición de lo global y del ritmo que trae consigo, las personas fueron moldeadas y adaptadas a una transformación en las formas estructurales propuestas desde el capital internacional. De esta manera se pretende llegar a la contraposición y ruptura entre tiempo y espacio, dando como resultado la aceleración en los distintos procesos de producción de cualquier industria.

Revisar uno a uno los distintos procesos que sufren cada una de las industrias es una labor muy ambiciosa, por lo que los siguientes postulados se enfocarán en una concepción general de la aceleración como pauta en el desarrollo global del mundo y su aplicación en la percepción del mismo. Posteriormente se interconectarán el factor tecnológico como punta de lanza de la coyuntura y la aceleración propuesta desde el modo de producción, de esta forma en una relación dialéctica se podrá nutrir la problematización y encontrar transformaciones en las estructuras generales.

Al llegar a esta disertación se dará paso a describir la incidencia de la aceleración tecnológica en una industria en específico, la de los productos culturales y todos los procesos que se envuelven a propósito del factor de innovación en dichas dinámicas para ser mercantilizados. Es decir, desde lo más amplio de la industria se podrán visibilizar las relaciones generalizadas de poder construidas desde lo económico, político e ideológico que coinciden en diversos giros culturales y son similares en su aplicación, para posteriormente llegar a una evidencia empírica en específico con las características ya descritas y así detallarlas.

El entendimiento de la idea de aceleración en la que se encuentra el mundo, le permite al individuo tener un mayor número de experiencias en un menor tiempo, comprime sus acciones pero no necesariamente para enfocarlo en las necesidades originarias como comer o dormir (Rosa, 2011). En un contexto permeado por el múltiple movimiento que se provoca al exterior, es normal o resulta lógico que la percepción del sujeto se someta a dichas dinámicas y que sus tareas se supediten a las tendencias de consumo, en las que principalmente se resaltan los intercambios en aras de la prosperidad.

Considerando que uno de los grandes objetivos al menos discursivamente del mundo globalizado, es el de conseguir beneficios para toda la población a través del intercambio indiscriminado y constante de mercancías, obteniendo "lo mejor" o lo más rentable de cada nación, no es una eventualidad que dicha contracción en el tiempo sea a través del grado de acceso a distintos bienes. Entre mayor sea la capacidad de consumir, se incrementarán las posibilidades para tener una vida más cercana a la tranquilidad y además de perseguir la satisfacción continua en un lapso acotado dentro de la cotidianidad

De igual manera, la búsqueda en el incremento de la velocidad dentro del ciclo de producción es menester para que éste no se detenga, al contrario lo necesita para que se fortalezca dejando dividendos importantes para la élite que controla los medios de producción en un menor tiempo. La constante búsqueda de novedad e innovación en todas las partes del proceso es fundamental para explotarlo al máximo, la incorporación de distintos elementos es un hecho histórico que revitaliza al capitalismo¹⁴.

En el mundo globalizado dicha creación está enfocada directamente a la renovación constante del producto y proceso, se busca incorporar que en un menor tiempo éste se transforme agregándole mejoras que sepulsen al anterior e inciten a un nuevo consumo. Dotar a los productos con nuevas innovaciones

¹⁴ La innovación para tratar de producir en un menor tiempo ha sido la constante dentro de los grandes cambios en el capital, el paso del trabajo artesanal a la fábrica, posteriormente el fordismo y su reacomodo de la producción en serie son notables ejemplos de ello. Se puede asegurar que el modo de producción capitalista se vale de distintas herramientas para sofisticar y explotar todo el proceso con tal de lograr la acumulación para la élite.

elimina paulatinamente a los bienes que en su momento presumían la última tecnología, los convierte en obsoletos en un lapso menor de tiempo y acelera el ciclo de producción para reiniciarlo ante las nuevas "necesidades".

No basta con tener el bien material, sino que su uso sea en un menor tiempo de duración, pues debe de renovarse constantemente o su aplicación se vuelve arcaica. La idea es ir más rápido, apresurar el paso para alcanzar el progreso, encontrar en la inmediatez las respuestas para que el sujeto viva plenamente, encuadrar en un lapso corto un sin fin de experiencias que satisfagan el deseo de estar en lo moderno de pertenecer al estadio más profundo de la sociedad capitalista moderna tardía¹⁵ (Rosa, 2011).

La velocidad se fundamenta ante los cambios coyunturales como un elemento sofisticado y que guía hacia el progreso, su revalorización parte del discurso dominante hacia el establecimiento de las nuevas dinámicas que propicia la renovación del modo de producción. De nuevo se solventa a través del embellecimiento del discurso en la superficie, la adaptación de nuevos elementos que permiten reafirmar el núcleo del proyecto moderno, la transición se enfoca en vectores como la inmediatez para que se vuelvan sofisticados en su ejecución y en la comprensión de las personas que hacen funcionar al ciclo de producción.

Cabe aclarar que a pesar de parecer un discurso cada vez más complejo, en el que su inmersión parece ser el curso natural de las cosas y que son parte del avance acelerado que tiene la sociedad en su totalidad, se agrega la vistosidad que tiene consigo estos elementos de percepción. Esta perspectiva altera la cotidianidad de los sujetos en su concepción, pero sus efectos aseguran de muchas formas la doctrina moderna del progreso.

De esta forma, nos alejamos en el análisis de un determinismo dado por la propia tecnología en su incorporación dentro de la vida, ya que este elemento va de la

¹⁵ Se entiende por sociedad capitalista moderna tardía al estadio en el que se depositan las condiciones materiales e históricas en las que la velocidad es la constante para resolver problemas, en la que los procesos cotidianos se contraen por las facilidades que ofrece el proyecto moderno y que ha alcanzado un desarrollo muy amplio y profundo (Rosa, 2011). Cabe resaltar, que es una categoría para analizar las estructuras contemporáneas y la influencia de la aceleración en tres vectores: el tecnológico, del cambio social y ritmo de vida.

mano y sostiene los cambios propios del modo de producción, pero no predispone las situaciones más complejas y estructurales. El sistema se nutre de elementos que en apariencia son muy complejos, los incorpora en su ciclo de producción y explota cada una de las partes del proceso en los que intervienen, así se garantiza el funcionamiento en aras de conseguir la reproducción constante e incesante que busque la remuneración.

Basta entender lo anterior, que ante la crisis del capital previa a la globalización en la que se da en gran parte por la caída de las tasas de ganancias, la respuesta para solventar el funcionamiento del modo de producción en primera instancia fue la privatización de los rubros controlados por el Estado; por ejemplo, en México durante el periodo de Carlos Salinas de Gortari se vendió el canal 13 que pertenecía a los medios públicos, dando paso a la venta del sector en telecomunicaciones a privados y que solventa las dinámicas de explotación propias del periodo anterior a la globalización.

Se obtiene un ingreso directo de la venta de un sector que pertenecía al Estado, solventa el desarrollo global del intercambio indiscriminado del libre mercado y da un poder preponderante a los actores privados. El proceso de capital para superar su crisis generan nuevas fórmulas en la resolución del funcionamiento del sistema, desde lo global se exponen procedimientos para que la élite asegure su permanencia dentro de lo más alto de la estructura social.

Asimismo, se dio paso a la implementación de nuevas formas de trabajo en el que el conocimiento se convirtió en un valor agregado dentro de la cadena de producción, así como una forma de mantener el valor fijo a los campos que veían reflejada la innovación. Es decir, el elemento tecnológico sirve como forma que adiciona las condiciones históricas, las potencia, pero las condiciones materiales en las que se encuentra el capital predeterminan las dinámicas en las que se desarrollan las estructuras económicas, políticas y sociales.

No porque existan elementos como los tecnológicos que traen consigo cambios en la velocidad y por consiguiente, en el tiempo, rompiendo fronteras en el intercambio de productos culturales dentro del mundo globalizado, quiere decir

que predeterminan a las personas dentro de su uso, se incorporan a las mismas como posibles soluciones ante problemas cotidianos o en su defecto para satisfacer aspiraciones creadas. y así repetir el ciclo de manera constante.

Entonces, acelerar el contexto globalizado es fundamental, es un aspecto tangible y visible para asegurar que el desarrollo dentro de la innovación alcanza niveles insospechados. La percepción se ve alterada, es conveniente acelerar lo que ocurre en el entorno y al mismo tiempo participar en el mismo lo más rápido posible: comprar, ver, sentir, vivir en un lapso veloz se convierte en la regla, tratar de llegar en un menor lapso de tiempo es lo idóneo (Rosa, 2011), ajustarse a una nueva concepción del mundo bajo cualquier mecanismo no se convierte en un privilegio, sino en una necesidad¹⁶.

De esta manera, la gran maquinaria capitalista en sus distintas industrias se valen de estos recursos para alcanzar los objetivos de consumo necesarios para que fluya el capital. Desde el sentido más amplio de la estructura la innovación en forma de conocimiento se convierte en un valor agregado para los bienes que producen, la inmediatez se vuelve una aliada desde la producción hasta el consumo, retroalimenta y acelera todas las fases del proceso.

Pero esta aceleración no es independiente, pues se encuentra íntimamente conectada al factor tecnológico, de acuerdo a Rosa (2011), el atleta¹⁷ va más rápido que en otras épocas, el instrumento se regenera velozmente y se debe en su mayor parte al sentido de innovación que adhiere el capital a sus procesos

¹⁶ Es una constante dentro de diversas industrias la renovación de sus productos de forma acelerada, por ejemplo las compañías celulares año tras año anuncian un nuevo modelo de teléfono en el que se implementan "mejoras" que convierten en necesarias para su consumo. De esta forma productos anteriores van perdiendo vigencia porque no entran en los nuevos software necesarios para estar comunicados, incitan al consumidor a que si quiere satisfacer la necesidad de comunicarse conforme a los patrones tecnológicos establecidos, a participar en un nuevo ciclo de consumo.

¹⁷ La aceleración en los cuerpos de los atletas a propósito del sentido de innovación es un hecho palpable, la medicina deportiva, el mejoramiento de las vestimentas, el tipo de entrenamientos, lo sofisticado en artefactos como zapatos o dietas, ayudan a mantener e incluso a superar lo que se había hecho con anterioridad por otros. Un ejemplo representativo es el del nadador Mark Spitz que alcanzó siete oros y el mismo número de récords olímpicos en Munich 1972, sus marcas tan solo duraron cuatro años en ser reemplazadas (Fernández, 1976) y que si lo ponemos en perspectiva, ese récord en el Siglo XXI no le permitiría estar dentro de los mejores cien nadadores del mundo.

dinámicos que mantienen la acumulación tanto económica como del conocimiento de la élite que controla la circulación del capital.

Es decir, incitados por el motor de lo económico se busca la ruptura en el tiempo y el espacio (Rosa, 2011) a través de la incorporación de los nuevos avances en las distintas industrias, se persigue la eficiencia, emplear una menor cantidad de desgaste en todas las etapas para capitalizarlas y posteriormente, iniciar de nuevo, cumplir con la naturaleza del modo de producción pero ahora de forma intensificada. La aceleración tecnológica acompaña los cambios generales que tiene la estructura capitalista y acerca velozmente a que cumpla con todas sus fases.

Se reafirma que el panorama general de la aceleración tecnológica es un mecanismo que permite estar en las modificaciones de fondo que tiene el modo de producción, su participación es clave en la intensificación de las nuevas dinámicas. Asimismo, tiene injerencia en procesos propios de determinadas industrias para conseguir que la producción, distribución y consumo de bienes pueda cumplirse, por lo que es necesario describir su incidencia en una industria en particular.

Una de ellas es la industria cultural, que sufre cambios estructurales en el contexto de la globalización y de las políticas neoliberales, en el que su adaptación para compensar los sobresaltos profundos de lo global se apoya en la innovación tecnológica. El mejoramiento dentro de todas las fases de la cadena de valor es la regla general y centra un nuevo engranaje, que funciona en aras de producir ganancias constantes, por lo que el reacomodo que se da en distintos niveles del proceso de mercantilización merece ser visibilizado.

En el siguiente apartado, se establecerá cómo la aceleración tecnológica tiene injerencia directa en esta comercialización de los productos culturales, pues al ser un elemento que acompaña y en algunos casos sostiene lo global, incide directamente en el ajuste y acomodo de las distintas fases para vender los bienes simbólicos. Asimismo, se tratará de visibilizar determinados momentos que se han

transformado en consecuencia a las dinámicas a las que el capital somete a las industrias culturales.

Al tomar como marco de análisis el concepto de mercantilización, se podrá referir a la aceleración tecnológica como mecanismo incidente en el que se mantienen o potencian diversas acciones durante las distintas fases del ciclo de producción de los productos culturales. El hilo narrativo se desarrollará en cómo el elemento innovador incorporado en el proceso, modifica las dinámicas en tres momentos: la producción del detalle técnico, nuevas formas de alienación y la distribución intensificada para propiciar la acumulación económica acelerada.

2.2 Incidencia de la aceleración tecnológica en el proceso de mercantilización de los productos culturales

En medio del contexto globalizado y el reacomodo de las estructuras mundiales, las industrias culturales en su mayoría vieron la oportunidad de modificar sus técnicas para encontrar una mayor eficiencia, ya sea en la búsqueda de nuevos mercados o la penetración en los existentes con productos novedosos que se diferenciaban del resto de la competencia. Con las condiciones materiales por las que atravesó el orbe, al igual que todas las renovaciones que tuvo el capital, el abanico de posibilidades se amplió para conseguir una mayor acumulación por parte de los empresarios.

En la Industria Cultural el avance tecnológico que se había tenido por medio de los satélites, resultado del enfrentamiento en la Guerra Fría, así como la privatización de grandes medios públicos (Harvey, 2007) incidieron en el modelo de negocio bajo el que se desarrollaría la distribución de bienes simbólicos alrededor de todos los territorios. La contención que existía en el Estado para regular las entradas y salidas del capital en los territorios que gobernaba, quedaban prácticamente en el pasado, en algunos casos como en las telecomunicaciones su administración dependía de lo privado, sin duda un cambio en el paradigma.

Este movimiento sustancial dentro de actores, políticas programáticas, ampliación de posibles consumidores e intensificación en las conexiones a nivel mundial, revitalizaron la manera en la que se desarrolló el modo de producción y por consiguiente, las Industrias Culturales. La incorporación acelerada de elementos ya pertenecientes a los productos culturales, muestran una nueva dimensión de análisis de lo que representan dichas mercancías dentro de las estructuras económicas, políticas e ideológicas, es decir transformaciones de fondo que necesitan ser descritas.

Aunque este objetivo es sumamente complicado, debido a la naturaleza de los múltiples factores que se encuentran articulados dentro de una estructura a nivel internacional, aunado a un elemento como la innovación tecnológica que incide directamente en las partes del proceso de producción. Con ello se determina un punto de partida en el que se describirá una de las tantas aristas que envuelven e interconectan a las Industrias Culturales. El desarrollo de esta problematización estará enfocado en la incidencia de la innovación como valor agregado en la mercantilización de los productos culturales.

De esta forma, se conseguirá desde la mercantilización un punto de partida que articule el campo y las distintas fases que trae consigo la producción, distribución y consumo de bienes. Al ser una categoría amplia de desarrollo, se fortalecerá en sus distintos momentos cómo se perpetúan y aceleran su existencia dentro de la percepción de los que los consumen, a manera de relación dialéctica se contribuirá a la descripción en todas sus partes, por lo que es necesario explicar ese proceso así como la conceptualización que ésta conlleva.

La mercantilización que es el proceso de transformar el uso para intercambiar valor, tiene tres ejes: el primero enfocado a las prácticas y tecnologías de la comunicación, que permitirán entender el papel de las empresas en la protección y vigilancia de los productos durante el ciclo. En segundo lugar la injerencia de las empresas en los procesos de producción, distribución y consumo de los contenidos de algunos negocios del entretenimiento para obtener un mayor número de ganancias y en tercer lugar, la fuerza de trabajo de una clase

dominada que hay detrás de todos estos procesos y las implicaciones que tiene en favor de una élite dirigente (Mosco, 2006).

De acuerdo a lo planteado por Vincent Mosco (2006), el concepto de mercantilización permitirá visibilizar a los consumos culturales en tres momentos que se encuentran interrelacionados, en primera instancia la tecnología como motor detrás de controlar y apropiarse la producción de algunos productos culturales, conseguir a través del detalle técnico beneficios precisos para el empresario y así proteger su capital. Al emplear elementos técnicos que se renuevan constantemente, se acompaña al ciclo para que no pare y se renueve en todas sus fases, dándole vigencia, un valor agregado a los productos que se realizan

Esta incrustación de la tecnología intensifica el proceso, se amplía la intensidad para buscar que la comercialización se repita una y otra vez, y así pueda reiniciarse el ciclo de consumo en una menor cantidad de tiempo. Es decir, no basta con una sola exhibición, sino distintos momentos que contribuyan a conseguir más ingresos durante el proceso, además de ampliar la oferta para que de inmediato se vuelva a iniciar el consumo.

Por último, la labor del trabajador que ha sido modificada para darle plusvalor a la mercancía, mientras se explota y flexibiliza el trabajo con nuevas dinámicas propias del contexto. El que los productos culturales se encuentren en una constante renovación tecnológica ha propiciado que el trabajador se adapte a nuevas formas de desenvolverse en el aspecto laboral, en el que centre su preparación en el manejo del instrumento y que sin éste no pueda entender su acción dentro de la gran estructura.

Se puede notar que el término de mercantilización propuesto por Vincent Mosco (2006) permite identificar tres etapas de los consumos culturales y que no necesariamente una se impone, sino que cada una de ellas se enriquece de la otra, por lo que para fines de este capítulo se mostrará cómo se interrelacionan estos momentos. Encontrar los puntos de encuentro a propósito de la innovación tecnológica como eje discursivo y de denuncia sobre procesos en los que incide, como el darle valor de cambio a los productos culturales, visibilizarán momentos

que tienen como fin el de ampliar la explotación en el ciclo de producción de productos culturales.

2.3 Aceleración en la sofisticación técnica del producto cultural

Se tiene la ilusión de estar cada vez más cerca del concierto de un grupo musical, del partido de futbol, de vivir en tiempo real lo que ocurre alrededor del mundo, de encontrar el programa favorito aunque sea de otro país, de elegir cualquier producto de nuestro agrado. Pareciera que gracias a la tecnología tenemos un acceso ilimitado a un sinfín de experiencias a un costo relativamente bajo, que al alcance de nuestras manos tenemos el poder de devorar con la oferta que se ponga enfrente.

La imposición de las dinámicas globales cumplen con su objetivo en esta ruptura del tiempo y el espacio, los avances tecnológicos materializan el sueño moderno de la conexión inmediata, la utopía de estar cada vez más cerca aunque sea solamente dentro de los consumos culturales. La innovación en las partes del proceso se vuelven en la regla de oro, pero no a la usanza en que Marx (1980) definía al ciclo de los bienes materiales como parte del devenir histórico con ciertas transiciones, sino como una forma acelerada de incorporar la vanguardia en la técnica en una menor cantidad de tiempo, para el fomento de la acumulación del que posee las industrias culturales.

Año tras año se adhieren las mejoras del producto cultural anterior, se renueva lo mostrado como forma de comercialización y se busca superar en lo técnico lo hecho anteriormente como señal de diferenciación positiva. En la exhibición se eleva al bien simbólico debido al grado de inversión, preparación y desarrollo tecnológico, podría decirse que lo que le da vida a ese producto es toda esa superficialidad que se arregla y retoca como señal de renovación.

En el producto cultural se materializan los avances más considerables del elemento técnico, las industrias lo promueven como un trofeo diferenciador del resto de la competencia, engrandecen sus productos con la última generación en el desarrollo de tecnologías, incorporan dentro de sus triunfos lo que el resto no

puede hacer o en su defecto adquirir ¿Por qué darle tanto valor a la superficie del bien simbólico?, ¿en qué consiste centrar la atención en el instrumento y no necesariamente en el producto?

A simple vista, el triunfo de la racionalidad tecnológica dentro de la creación de productos culturales tiene que ver directamente con el desarrollo "natural" de la sociedad inmersa en el modo de producción capitalista, que la bandera del progreso se ha cristalizado en la mejora para el bien de todos. Empero en esta respuesta se legitimarían las condiciones de fondo como las relaciones de poder, bajo las cuales se presentan las nuevas dinámicas que traen consigo las transformaciones en el espacio tecnológico, por lo que se articulará en las próximas líneas una respuesta que explique detalladamente la incorporación técnica como el común denominador.

Este triunfo de la incorporación de la técnica de forma acelerada en los consumos culturales es propiciada en primera instancia, por una lógica mercantil que persigue lo económico. El elemento tecnológico enfoca los bienes simbólicos hacia una nueva concepción, a una percepción en la que parezca que lo que se ha consumido previamente no es igual a lo actual, aunque haya homogeneidad al desarrollarlos bajo los mismos términos, existe un distintivo en el molde con el que se realizan.

Al existir una producción que está enfocada en el detalle técnico tiene implicaciones directas en el consumo, pues la relación que existe entre dichas partes del ciclo de producción son indisolubles y una contribuye a la otra en su desarrollo (Marx, 1980), por lo que es elemental resaltar que al desarrollar estos bienes simbólicos desde su fase de inicio están fomentando un nuevo público que está dispuesto a invertir su tiempo en este tipo de consumos. Se moldea a través de este producto un consumidor más cercano a lo que propicia la élite que controla la industria de la cultura, al del desarrollo en su consecución final alterado por la innovación tecnológica.

Hay que mencionar, que al relacionar la producción con el consumo se encontrarán puntos de inflexión dentro de la realización de los productos culturales

que permitirán entender cómo una se nutre de la otra para su existencia. El que el mejoramiento de los bienes simbólicos sea una constante, también tiene implicaciones directas con el tipo de consumidores que se van a fomentar, no solo se incrusta en su producción y deja las otras partes del proceso aisladas, al contrario se fortalecen, de esta forma se ahondará en una ida y vuelta de los distintos momentos para describirlos detalladamente.

La industria de la cultura busca implementar gracias al instrumento tecnológico una percepción estética dentro de la realización, un producto más cercano a reconstruir en la pantalla lo que se considera como realidad, un bien embellecido que si bien destruye su aura (Benjamin, 2003) al parecerse al resto de los bienes simbólicos dentro de los parámetros impuestos por la propia técnica, promueve una renovación visual a partir de lo que se está reconstruyendo. Es decir, el desarrollo del producto cultural se enfoca directamente en su renovación dentro del detalle que puede ser modificado gracias al instrumento, si bien existen otros elementos que se transforman paulatinamente, el de la tecnología es el que dicta las reglas de producción en los consumos culturales.

Pero el que haya una producción incidida por la innovación tecnológica se relaciona directamente con la manera en que el sujeto percibe ese consumo dentro de parámetros establecidos. El consumidor sabe las fórmulas que le son mostradas, conoce esas representaciones que pasan a través de la pantalla y reconoce que no se puede retroceder en lo que le están mostrando, al contrario espera algo distinto de lo que ya ha comprado, busca una experiencia nueva aunque sea dentro de lo técnico.

Dicho lo anterior, es elemental transformar la manera en la que el consumidor percibe un producto cultural, para que superficialmente mejore lo que estará observando e incida para hacerlo más atractivo al mercado que se presenta. Por ejemplo, conforme avanza el tiempo se busca superar al trabajo realizado previamente, se trata de ofrecer una serie de nuevas dinámicas o experiencias a los consumidores, aunque en esencia sea el mismo bien simbólico debe de llevar

un distintivo que lo diferencie, que valga la pena volverlo a insertar dentro del ciclo de producción y que principalmente asegure la ganancia.

El establecimiento del modelo de negocio se encuentra muy bien encuadrado en los éxitos previos, por lo que existen constantes que solamente se potencian, como el uso del factor tecnológico para darle renovación a lo que se muestra ante los sentidos del consumidor. En un primer momento, el desarrollo tecnológico propuesto por Mosco (2006) como una forma de mercantilización y apropiación de los consumos por parte de la élite, ha generado diversas modificaciones en la manera de percibir y consumir un producto cultural, la concepción del sujeto sobre lo que espera no puede ser menor.

¿Entonces el factor tecnológico es el elemento central en la sofisticación de los espectáculos? Superficialmente sí, esto se puede ejemplificar de manera clara cuando comparamos los consumos culturales del siglo anterior con los de la era digital, podemos notar en cuestión de percepción un cambio abismal en el que el factor técnico se acelera, la producción del mismo ya no es el propio espectáculo sino todo aquello que lo rodea (efectos especiales, cámaras y micrófonos de última generación, estructuras colosales, imágenes sofisticadas).

Son diversos los ejemplos en los que se puede demostrar la incorporación del detalle técnico alrededor del proceso de mercantilización de la industria de la cultura. Basta mirar los avances evidentes dentro del producto cultural como la transformación en la imagen del blanco y negro al color, la incorporación del sonido a lo que se percibe visualmente o incluso mucho antes con representaciones de tan solo unos segundos debido a la poca capacidad de memoria que tenía una cámara para mostrar lo grabado.

Es evidente que durante el transcurso y desarrollo de las industrias culturales la mejora ha estado presente, pues al igual que el capital se necesita de ésta para que el ciclo no se detenga. Sin embargo, su periodo dentro del capital permanecía inherente a las necesidades de la oferta y demanda que desarrollaban las industrias culturales para distribuir los productos culturales, ahora ante las nuevas dinámicas del capital se busca un flujo de paquetes informacionales intensificado

(Dantas y Moura, 2016) que permita llegar a un sin fin de mercados que reproduzcan el capital a velocidades nunca antes vistas.

Por lo que se puede entender a la aceleración tecnológica como una intención del capital que tiene como motor lo económico (Rosa, 2011) para alcanzar repeticiones del ciclo de producción en varios planos, en el que los productos culturales incorporen los elementos que trajo consigo la apertura global del libre mercado. Ante esto, la innovación en el bien simbólico se ha intensificado con la acumulación de distintos conocimientos alrededor del mundo, en el que los mismos pasaron a formar parte de la cadena de valor y con estas mejoras ayudará a repetirse velozmente el ciclo de consumo.

Son muchos los ejemplos en los que se puede visibilizar el fenómeno, en el que conforme avanza el tiempo, el desarrollo del producto se vuelve más sofisticado apoyándose de los elementos tecnológicos que se tienen al alcance. Para reafirmar lo anterior, se presentará evidencia empírica de la incrustación del instrumento en su cadena de valor y por consecuencia, en un desarrollo muy detallado que se vuelve vigente durante un lapso, pero obsoleto cuando se compara con los nuevos formatos de desarrollo.

En el campo de la industria cinematográfica la saga de Star Wars ha sido un punto de inflexión para lo que representa los productos culturales a nivel mundial, su desarrollo y distribución ha llegado a los lugares más recónditos del planeta, así como su arraigo en muchos consumidores es incuestionable. Además, la construcción de nuevos espacios de interacción como planetas ficticios de otras galaxias, una nueva forma de personajes, toda una serie de mecanismos que involucran la música, la percepción estética y las narrativas han sido motivo de estudio en muchos niveles.

Utilizar las películas de Star Wars permite tener un parámetro en tres momentos cruciales en el desarrollo de la cultura occidental y la incorporación de la tecnología en el proceso de mercantilización como factor de novedad. La primera trilogía (Episodio IV, V y VI) desarrollada en los años previos a la crisis del capital que dio paso al neoliberalismo como sistema político en occidente, es decir

durante finales de la década de los 70 y principios de los 80, periodo en el que estas películas adquirieron relevancia dentro de la industria y que incluso se convirtieron en una narrativa de culto entre los consumidores.

Posteriormente, la segunda trilogía (Episodio I, II y III) que comprende un periodo en el que el modo de producción capitalista es predominante, la apertura del mercado es global, en el que el funcionamiento del libre mercado es el común denominador, así como el establecimiento formal de Hollywood es piedra angular de la cultura hegemónica durante la mayor parte del planeta, es decir los primeros años del nuevo milenio. Asimismo, un establecimiento muy claro de la marca, un público con miras a nuevos consumos relacionados a la misma y que por más de 30 años no ha sido renovado dentro de las industrias culturales.

Por último, el renacimiento de la marca a través de la compra que hace Disney de LucasFilm¹⁸ y por tanto, de toda la saga; una nueva trilogía (Episodio VII, VIII y IX) estrenadas en los años posteriores a la primera década del 2000 en el que buscan dar cierre a la historia original y abrir nuevos productos culturales relacionados con el universo simbólico de lo que es Star Wars. En esta ocasión en un lapso menor de tiempo entre producciones, se vislumbran elementos centrales que perduran, así como nuevas sofisticaciones que renuevan al bien simbólico en un periodo más corto.

Si bien cada película tiene sus particularidades que han perdurado en el tiempo, Star Wars es pionera en la creación de efectos especiales innovadores, así como en las condiciones que se desarrollan y permiten establecer ciertas diferencias en las que se materializa el uso de la tecnología como un elemento central en la creación de dicho producto cultural, así como las connotaciones que tiene en el espectador esta dosis de renovación en el sensorium. Lo que en algún momento fue novedoso o de vanguardia dentro del molde tecnológico, pierde vigencia y da paso a una serie de nuevas dinámicas que modifican lo que se percibe.

¹⁸ De acuerdo a CNN (2012) la transacción fue de 4 mil millones de dólares por adquirir la productora y todos los derechos para comercializar la marca Star Wars, desde producir nuevas películas, distribuir toda clase de objetos y las regalías con todo lo relacionado al nombre de la saga.

Es decir, la apropiación de todos estos instrumentos acompañan a la época, en el inicio de la saga de *Star Wars* los presupuestos no alcanzaron más de cincuenta millones de dólares por película (Castroviejo, 2017), sin embargo dicha inversión para el director George Lucas estaba enfocada en tratar de emular a través de la pantalla nuevos mundos, la representación del espacio exterior gracias al dispositivo tecnológico y darle en medida de lo posible la ambientación adecuada a los personajes para emular que estaban en otras galaxias.

Para ese momento, resultaba novedosa la perspectiva que ofrecía *Star Wars*, específicamente en el episodio IV, V y VI, pues en la propuesta estética se mostraban los tópicos mundiales como lo es la ocupación del espacio exterior y que en medio de dicho contexto dos naciones (EUA y URSS) se disputaban la supremacía en el mismo. En dicha representación, sin duda, emplearon los elementos técnicos de vanguardia en dicha época para tratar de alcanzar la mayor realidad posible en el producto final.

Empero, en comparación con las nuevas producciones de la misma marca durante su segunda etapa, se puede notar una clara diferencia en lo visual y principalmente en la inversión por parte de LucasFilm, llegando al doble de presupuesto (Castroviejo, 2017) en las tres películas consecuentes que son el Episodio I, II y III. De muchas maneras se puede explicar que gran parte del dinero esté enfocado en los nuevos instrumentos tecnológicos para tener una realización mucho más sofisticada del contenido cultural, llevar una nueva serie de experiencias a la pantalla.

Este tipo de experiencias se pueden visualizar de manera muy clara en los productos finales, pues la recreación de escenarios, los formatos en que se presentan e incluso el acercamiento a personajes principales¹⁹ que son desarrollados gracias a la imagen producida por computadoras, muestran toda

¹⁹ En los episodios V y VI para recrear personajes ficticios como Master Yoda se recurrían a técnicas "arcaicas" de diseño como las marionetas para grabar secuencias muy cortas, sin tanto movimiento y que implicaban mucho tiempo de grabación. En el episodio I al introducir el personaje de Jar Jar Binks o incluso el mismo Yoda se empleó la técnica CGI (Computer Generated Imagery) que es un mecanismo en el que gracias al instrumento se hacían sucesiones más amplias, con más desplazamiento e incluso pareciera que esta recreación tenía vida propia.

una nueva forma de comprender el universo de Star Wars. Lo que se conocía sufre un vuelco radical y se da un acercamiento desde lo técnico a distintas mejoras dentro de la exhibición, pero al mismo tiempo se aligeran los tiempos en la realización.

La transformación que sufre el producto de su primera a segunda etapa a propósito del instrumento tecnológico es clara, después de más de 30 años es lógico que la cadena de producción se transforme y adhieran factores que hagan circular este tipo de consumos a una velocidad constante. En este periodo entre producciones se modificaron estructuras dentro del mundo y la amplitud del intercambio de paquetes informacionales fortaleció de muchas maneras al modo de producción y de sus componentes.

De la primera a la segunda trilogía, se muestra una calidad totalmente distinta, visualmente más atractiva, en el que inclusive se encuentre esa fusión entre la máquina y los personajes, en el que la representación es cada vez más limpia. Al compararlas existe un antes y un después dentro de los elementos tecnológicos que están detrás de la realización del producto cultural, en la imagen como elemento de revisión se muestran los cambios sofisticados gracias a la técnica.

Sin embargo, la situación se transforma del segundo paquete de películas a la última trilogía, en un periodo más corto de tiempo se decide renacer la saga. Después de la negativa por parte del productor George Lucas de hacer más películas que continuaran con la historia original lo que lo llevó a vender los derechos del universo de Star Wars al monopolio de la cultura llamado Disney, se da paso al episodio VII, VIII y IX en el que si bien trata sobre las narrativas ya conocidas, la industria centra los esfuerzos en una renovación en distintos niveles del producto, pero principalmente el campo de la innovación tecnológica.

En la primera entrega de la tercera trilogía (episodio VII) se vislumbra el fenómeno de las superproducciones, pues la inversión fue cerca de los 300 millones de dólares (Castroviejo, 2017), tres veces más que lo invertido en las últimas tres películas. Esto es un claro síntoma, de la apuesta que tenía Disney sobre la marca

para volver a colocarla en el mercado y encontrar nuevos nichos de consumidores que se casaran con la revitalización que adquiriría la marca e historia de *Star Wars*.

En comparación con la segunda trilogía, los formatos se hicieron más sofisticados, desarrollaron e incorporaron toda una serie de nuevas técnicas que facilitaron la recreación e inventiva en los nuevos escenarios donde se desenvolvería la trama, el sistema mecanizado de instrumentos en la producción que había sido novedoso durante la primera década de los años 2000 daba paso a una nueva dimensión en la creación de bienes simbólicos. En un periodo corto de tiempo se aceleraron los cambios en la manera de hacer un producto cultural, se hicieron inherentes mejoras en la producción y el incremento en la inversión, en gran parte responde a estas necesidades para la realización.

Los estándares de calidad con los que se desarrollan este tipo de productos culturales se incrementaron rápidamente, la sofisticación en el detalle técnico dio paso a todo un tipo de producciones que no pueden entenderse sin la renovación del instrumento tecnológico y por tanto de sus implicaciones en la exhibición. En un lapso de alrededor de 10 años la diferencia resulta abismal al comparar películas, pareciera visualmente que en ese tiempo transcurrieron décadas de desarrollo, así que se reafirma que la innovación tecnológica como valor agregado no solamente se incluye, sino que se acelera.

De igual manera, este desarrollo dentro de la innovación tecnológica de los bienes simbólicos en su producción, tiene ciertas injerencias sobre el tipo de públicos que lo consumen por lo mostrado visualmente. Al igual que los productos culturales en su desarrollo dentro de lo técnico, el consumidor se adecúa a los cambios y los acompaña, exige abiertamente que no se retroceda en lo que ya conoce visualmente, entiende que la garantía de novedad se encuentra inmersa en la sofisticación y que la posibilidad por comprarlos estará latente si cumple con los estándares.

A pesar de ser un tiempo relativamente corto entre ambas trilogías, las diferencias se marcan tajantemente, por un lado el grado de inversión que se dispara casi tres veces más, en el que se consolida el embellecimiento en la superficie del producto

cultural. Asimismo, el éxito que tienen estas narrativas en un público cautivo de llegar a nuevas experiencias, aunque muchas de éstas tengan que ver directamente con las mejoras del instrumento, basta ver el éxito de taquillas de casi 2 mil cien millones de dólares de recaudación en el episodio VII, que desde luego no se puede atribuir única y exclusivamente a la innovación, pero que sí tiene un grado de injerencia para hacerlo más atractivo.

La inmersión de la aceleración tecnológica como valor agregado de los productos culturales cumple su adhesión dentro del ciclo para que éste no pare y se repita velozmente, "en el capitalismo avanzado, la racionalidad técnica se encierra, a pesar de su uso irracional, en el aparato productivo" (Marcuse, 1985, p. 53) el espectáculo ha sido modificado constantemente a una mejora, es decir la idea del progreso que conlleva la modernidad, reafirma la necesidad inherente de innovación, Star Wars muestra estas transiciones en distintos momentos y velocidades.

Las últimas dos etapas de la trilogía representan claramente la inmersión de lo tecnológico como punta de lanza de cómo se acelera su incorporación en la cadena de producción, en el que la inversión para la sofisticación del producto permite explotar todas las fases del proceso para lograr una acumulación al dueño de los derechos, en este caso un consorcio transnacional como lo es Disney.

Para finalizar, el embellecimiento del producto cultural en la superficie muestra un rasgo de sofisticación nunca antes alcanzado, se cristaliza dentro del imaginario el desarrollo y el análisis se centra en la limpieza de la imagen, el grado de manejo del instrumento en su producción es la constante. Este producto más sofisticado a través del valor tecnológico, encuentra en este elemento que todo es posible, que cualquier escenario ficticio puede convertirse al menos en la pantalla como real y que la percepción del consumidor acompaña estos cambios dentro de la homogeneización técnica de lo que se compra.

La alteración que observan Benjamin (2003), Adorno y Horkheimer (2003), Marcuse (1985) respecto al sistema de máquinas y su influencia en el producto

cultural se potencializa, al igual que el consenso por parte de la élite para invertir en la innovación del bien simbólico y reafirmar su dominio sobre el resto, solo que ahora en el contexto globalizado es vendido como algo novedoso de beneficio para la sociedad. Es decir, al emplear esta fórmula se reconvierten los papeles que además de dejarles un beneficio económico, extiende su dominio simbólico sobre los consumidores que añoran estas supuestas bonificaciones.

La homogeneización y masificación del producto es el común denominador en su producción y consumo, existe una demanda muy clara ante lo que se les oferta, el estándar permeado por la racionalidad tecnológica lo facilita. La cadena de producción al igual que el producto cultural se sofisticaba bajo fórmulas que permiten la repetición constante del ciclo de consumo y siempre con la encomienda de acelerarlo para que la fluidez del capital llegue en una menor cantidad de tiempo al empresario.

Puede decirse que el detalle técnico y la sofisticación del producto trae consigo distintas implicaciones desde la producción, no solamente lo hace un elemento atractivo visualmente, sino que acompaña e interfiere a una serie de relaciones que permiten a la industria de la cultura tener un dominio claro sobre los bienes que se distribuyen. Es decir, es un paso en la explotación dentro del proceso de mercantilización que traerá consigo cambios de fondo en la manera acelerada de circulación para llegar al consumo y reiniciar el ciclo constantemente.

2.4 Distribución acelerada de los productos culturales, rupturas en el tiempo y espacio como pretexto de la innovación tecnológica

En dos pistas se recorre, por un lado la aceleración tecnológica que dicta la vanguardia de lo que sucede en el entorno, marca las pautas bajo las cuales se desenvuelve el mundo, deja las huellas del camino a seguir; por el otro se encuentra el ritmo de vida que trata de alcanzarla para hacer más cómoda la estancia de la sociedad, la observa a lo lejos y siempre tratando de llegar antes

que ella, sin ni siquiera acercarse a ese objetivo... esa es la paradoja de estar siempre en movimiento.

Cuando la implicación tecnológica es el elemento que guía la producción, no solamente se transforma el contenido, sino la manera en la que se distribuyen y circulan para los consumidores. En esta relación dialéctica los grandes propietarios determinan la manera en la que fluirá un producto cultural, siempre buscará que el tiempo de venta y consumo se reduzca o se extienda de acuerdo a las condiciones que sean más favorables para que el capital fluya y se inserte en una nueva cadena de producción.

El que lo tecnológico marque las pautas como elemento innovador en el ciclo, no solamente transforma el desarrollo propio del producto, sino que las diferentes etapas del proceso puedan ser manipuladas y explotadas más fácilmente por quienes poseen las industrias culturales. Es decir, controlar y extender el dominio dentro de la cadena de valor es uno de los beneficios que impulsa de muchas formas la incorporación tecnológica, pues se establecen bajo qué condiciones se llegará al consumidor sin necesitar de un intermediario que establezca los tiempos de comercialización.

La apertura que trae consigo el uso de las tecnologías en los medios de distribución, amplían profundamente la forma de circulación de los productos culturales, muestran un nuevo modelo de negocio que sofisticada el acercamiento con los mercados y el tiempo de respuesta hacia los mismos. Como ya se mencionó, los cambios que sufre el capital durante la aplicación de las políticas neoliberales y la apertura del libre mercado, provoca que en el plano internacional se dicten las pautas de desarrollo para la distribución no solo de bienes materiales, sino de paquetes informacionales que sean redituables para quienes los producen (Ianni, 1996).

En el marco global de la ruptura del tiempo y espacio, en el que el alcance se multiplica de muchas maneras por las condiciones de renovación del instrumento, en el que se busca intensificar que el ciclo de consumo llegue a niveles insospechados de velocidad, se adecúa a los bienes simbólicos como moneda de

cambio hacia nuevos públicos. Se busca presentar una oferta generosa que permita la inclusión de sus consumidores en distintos niveles, que encuentren algo dentro de lo realizado, que para todos haya algo que ver, sentir y comprar, que de muchas maneras se consuma bajo el control de la distribución de los productos culturales.

Se aprovecha lo tecnológico no solo para el embellecimiento de lo que se va a vender, sino para mostrar que la amplitud bajo la que se puede consumir es infinita, lo que parecía imposible en el pasado hoy es realizable gracias al instrumento, que la vanguardia la puede tener el consumidor con tan solo dar un click, que en apariencia puede buscar algo de su agrado en una menor cantidad de tiempo, esas narrativas se potencian con la circulación acelerada de productos culturales.

La espera no es una opción en este contexto, el usuario en el pasado tenía que ser paciente semana tras semana para ver el capítulo de su programa favorito, el periodo de vida de esa mercancía cultural estaba predeterminada por lo que le convenía en su momento al que lo distribuía: generar un escenario para su público de estar al pendiente de la siguiente historia. Ahora se acelera la distribución, se muestra el producto en todas sus partes, se enseña el objeto de deseo, le da la tranquilidad al consumidor que podrá tenerlo en una menor cantidad de tiempo, la que éste quiera emplear para su ocio y que rápidamente encontrará un nuevo bien que lo satisfaga.

La circulación le concede al usuario un empoderamiento nunca antes visto en el instrumento tecnológico, le permite acercarse al bien simbólico de maneras distintas a las que conocía en los medios tradicionales²⁰, los consorcios deciden las formas mediante las cuales se va a utilizar el instrumento, preponderan desde lo internacional las lógicas de distribución de los productos culturales buscando

²⁰ En la televisión es habitual utilizar el modelo de flujo que consiste a una distribución del producto cultural de acuerdo a los tiempos impuestos por la televisora, en el que mediante el desarrollo de la historia el consumidor destina ese lapso para ver su programa o telenovela favorita sin costo alguno y que de acuerdo a parámetros como el rating, el dueño del producto negocia con las marcas para publicitarse en su espacio. Puede decirse que el consumidor adecúa su tiempo y no puede salirse del mismo, pues la decisión de expansión depende única y exclusivamente del lapso que decida mostrar la televisora (Miege, 2008).

siempre bajos costos que permitan sea un negocio redituable (Toussaint, 2019), es decir sustentar la circulación en la técnica otorga más control a quién lo produce, pues decidirá en qué condiciones (tiempo y espacio) será su ganancia.

La apuesta en la circulación no está predeterminada por el instrumento, sino que se adapta de acuerdo a la forma en que se pueda explotar al máximo el proceso, se mantienen o eliminan a conveniencia las técnicas de comercialización, lo único que se persigue es que el empresario proteja al máximo su inversión y posible ganancia (Miege, 2008), por lo que la migración hacia nuevos modelos de distribución a propósito del desarrollo tecnológico se ha intensificado. La creación de repositorios de paquetes de información es una constante en la circulación dentro de la industria de la cultura, pues asegura ese éxito.

El uso de la racionalidad especializada para lograr que las condiciones de vida en apariencia sean más sencillas, alcanzan su materialización al menos en las IC, en el acercamiento del consumidor con lo que quiere percibir, en el grado de acceso y maniobra enmarcados por las posibilidades del instrumento. La felicidad se puede alcanzar de una forma más rápida, solamente basta tener un cierto manejo en el instrumento depositario de la atención y mediante el cual se va a consumir, el molde técnico reafirma su éxito sobre el producto y el usuario que se adapta ante las nuevas lógicas.

En la incorporación acelerada de la tecnología en la distribución se abren las posibilidades para incrementar el retorno de la inversión más la ganancia, se revitalizan las formas y se adecúan conforme al producto. Al igual que los bienes materiales a pesar de todos estar enfocados a "satisfacer necesidades", la circulación se da en las características particulares de cada uno, no todos emplean los mismos mecanismos para llegar a la exhibición, necesitan de estrategias que se adapten a conveniencia para lograr el fin del ciclo, así como su repetición.

Si bien uno de los grandes triunfos de la racionalidad tecnológica en los productos culturales es la estandarización como forma para llegar a la masificación (Benjamin, 2003), su exhibición tiene que ser pensada de acuerdo a fórmulas de

éxito previamente experimentadas según la industria de la cultura en la que se desarrolla. El tiempo se convierte en un factor sustancial para la circulación, y sumado al elemento tecnológico marca las pautas para ampliar o estrechar el periodo de vida del bien simbólico dentro de los distintos niveles del ciclo de consumo.

La acción del consumidor se aliena ante lo incesante de la oferta, se le enseña que terminará con lo que tiene en el catálogo, que la inversión de su tiempo dará como resultado haber acumulado todas las experiencias que ofrecen los productos culturales, pero ésta solo es una ilusión, jamás el usuario llegará a ese cometido así acelere sus consumos (Rosa, 2011) y ante este escenario se logra el objetivo, el de mantenerlo ocupado en la reinserción voluntaria dentro del ciclo de consumo de la industria de la cultura una y otra vez.

La migración hacia los formatos de distribución digital amplían un sinnúmero de posibilidades desde tener en la sala del hogar el último estreno cinematográfico hasta la repetición incesante de un producto cultural, en ella se busca ofrecer algo para cada sector, que la oferta trate de alcanzar hasta el último de los gustos, se demuestra que el catálogo es tan amplio y está a la altura de las circunstancias para cuando el usuario quiera acceder. Los cambios que se incorporan desde lo internacional dejan sus dividendos para el capital transnacional, para el que decide llegar a públicos locales mediante nuevos formatos tecnológicos, ejemplo de ese éxito son las plataformas *Amazon Prime*, *Netflix*, *Spotify* o más recientemente *Disney Plus*.

Tal es el grado de libertad a propósito de lo tecnológico en dichos ejemplos, que incluso en muchos casos ni siquiera se encuentran físicamente en los territorios que presentan sus plataformas, solamente se encargan de desarrollar las condiciones para ser un canal constante y abierto, fácil de usar para sus suscriptores en cualquier momento del día, una oportunidad que se abre desde lo digital. La distribución de los bienes simbólicos da un giro en su forma, se materializa la ruptura en el tiempo y espacio, en la percepción del sujeto que tiene

acceso a la oferta cultural reconoce que debe de acompañar lo que velozmente ocurre en el entorno.

El incremento de la velocidad para ofertar rompe las barreras gracias a esta migración digital, dicha inserción como modelo de progreso en la industria de la cultura, facilita y abre las posibilidades para que los consumidores que tengan la capacidad de adquisición, no encuentren barreras o al menos en su concepción sepan que básicamente cualquier producto cultural con la mejor calidad está al alcance del instrumento. La circulación intensificada rinde frutos al empoderar a su mercado dentro de los parámetros que convienen al capital.

Paralelamente, los medios tradicionales deciden los lanzamientos de los productos culturales, los distribuyen de manera en la que los públicos puedan consumir continuamente y en distintos momentos, se extiende la vida de una mercancía cultural, generan estrategias en las que la expectativa sea muy amplia y por lo tanto, se amplíe la posibilidad de ser comprado. Comprenden que es menester mantener el interés y el asombro del consumidor para que éste busque nuevas experiencias ante los formatos que se le presentan (Miege, 2008), así que se idean mecanismos que cierren rápidamente el ciclo de consumo y lo reinicie de inmediato.

No es que se sepulten las formas tradicionales ante los nuevos canales de distribución, sino que se adaptan de igual manera ante lo que se puede incorporar en la cadena de producción, la utilización de instrumentos cada vez más sofisticados se vuelven en un aliado y abaratan los costos de distribución. Este posicionamiento se reafirma al ver cómo las televisoras adaptan sus modelos de negocio²¹ ante lo que ocurre en el entorno, dan vida a repositorios de los programas que realizan (Pérez, 2011) e incluso acceden a modalidades como transmitir en directo mediante el dispositivo, lejos de confrontarse ante lo novedoso lo incorporan.

²¹ Para mantenerse vigentes y competitivos en el plano de lo tecnológico, los medios tradicionales han mantenido las dinámicas conocidas de distribución de sus productos, pero de igual manera han apostado por migrar hacia los repositorios digitales en el que muchas veces no tiene ningún costo acceder a un amplio catálogo de programas; lo ofrecen como un beneficio hacia sus fieles seguidores siempre y cuando descarguen la aplicación de forma gratuita..

El que también muden los grandes medios tradicionales hacia la vanguardia no solo en sus contenidos, sino también en la forma que los hacen circular, es un síntoma de cómo la incorporación del instrumento tecnológico en la cadena de valor, ha acelerado modificaciones sustanciales en la estructura de la industria de la cultura. El canal de distribución se transforma contundentemente ante el desarrollo digital, le ahorra al empresario tiempo y trabajo que se verá reflejado en la acumulación.

De igual manera, facilita las condiciones de producción mecánica con estándares mucho más altos y costos más bajos, el desarrollo de almacenes de bienes simbólicos dentro del ciberespacio digital permiten copias fidedignas (Pérez, 2011), en su relación con la producción, estos canales de circulación acercan al usuario a una experiencia altamente sofisticada, aunque ésta siga enmarcada dentro del instrumento. La industria de la cultura en su circulación, encuentra un aliado dentro del espacio intangible que representa la plataforma en la que velozmente se reproducen los productos culturales.

Pareciera que ha quedado en el olvido las antiguas prácticas para acercarse a los bienes simbólicos, en el que a través de todo un ritual las personas asistían a un centro de distribución como *Blockbuster*, por una película de su interés para comprarla o si eran miembros rentarla. Posteriormente, llegar a casa e introducir el VHS o más adelante el CD en formato DVD del contenido cultural, dentro del dispositivo para que se reprodujera, es decir, toda una serie de pasos que implicaban un escenario de tiempo muy amplio alrededor de la propia acción de ver una película.

La aceleración tecnológica se materializa como símbolo de vanguardia ante los usuarios, lo que representaban tiempos muertos para hacer una actividad como ver una película, se contrae drásticamente por el uso inmediato, serie tras serie, película tras película en el contexto digital. No solamente se mantiene la fidelidad entre formatos de producción o la apertura de un catálogo amplio, sino que ahora se puede reiniciar de inmediatamente el ciclo de consumo, no basta con concluir un producto cultural, sino que se da paso a uno nuevo y así indefinidamente.

Ante estos canales de distribución los productos culturales se adaptan, incluso los acortan o alargan según la estrategia, dando paso a materiales como miniserias o series con cada vez más capítulos y menos duración entre los mismos, lo que interesa es mostrar que aún falta mucho por ser consumido y depende del usuario darle cierre. No basta con mostrar una película que contenga toda la narrativa, sino una historia mucho más amplia entregada en distintos capítulos que mantengan la expectativa en el nicho de consumidores.

En los canales de circulación y los productos que en ellos se encuentran se denota el éxito sobre los usuarios y principalmente en su tiempo, un usuario de *streaming* en promedio, pasa alrededor de 2 horas conectado (Forbes, 2016), lo que es tres veces mayor que hacer ejercicio o incluso convivir con otras personas. Sin embargo, también hay que resaltar que existen usuarios que esperan el lanzamiento del producto cultural y en una misma conexión terminan de ver toda la temporada, una aceleración contundente dentro de los consumos culturales a propósito de este tipo de distribución, la mediación pantalla-persona alcanza velocidades sin límite preciso.

De igual manera, una de las grandes migraciones que han hecho las plataformas digitales radica en que no son solamente distribuidoras, sino también productoras que lanzan los bienes simbólicos en su escenario digital. Abren las posibilidades para sus usuarios de mirar única y exclusivamente dentro del instrumento un estreno, le dan un valor agregado al beneficio de ser un suscriptor, pareciera que además de todo le regalan la oportunidad para estar con lo último que se realiza.

Se elimina el intermediario, la exhibición no depende de los lugares tradicionales para reproducir el nuevo producto cultural, sino del mismo repositorio. Busca a través de distintos contenidos (locales o globales) que el posible consumidor adquiera una suscripción, que lo conocido previamente a las plataformas también se encuentra en lo digital y que además migrará hacia ese espacio intangible, para encontrar dentro de lo que produce y distribuye, un nuevo nicho de consumidores que se sienta parte de lo moderno.

Por último, no se puede ignorar a las denominadas redes sociales que si bien son un espacio de interacción entre usuarios, son un foco de interés para la industria de la cultura. La facilidad con la que se distribuyen los contenidos para llegar a más usuarios es una de sus grandes ventajas (Dantas, 2016), como mera reproductora de contenidos amplía los canales y espacios en los que pueden anunciarse las grandes marcas, a través del instrumento moldeado en el modo de producción se hace redituable cuantitativamente la inserción del sujeto en estas dinámicas, incluso en la apariencia de desarrollarte libremente en la plataforma el algoritmo te invita a someterse a un nuevo ciclo de consumo.

Basta revisar cómo los consorcios digitales como *Facebook* que han apostado por adquirir los derechos de transmisión de distintos productos culturales para poderlos circular dentro de su plataforma, un caso representativo es el de la Premier League, ya que los derechos de transmisión costaron 200 millones de libras esterlinas (TUDN, 2018) para ser distribuidos únicamente en los consumidores del mercado asiático. El capital adopta nuevas dinámicas para que el instrumento se convierta en un modelo de negocio redituable y continuo ante la búsqueda de consumidores.

De igual manera, empresas de la cultura con perfiles dentro de dichas redes sociales retransmiten gratuitamente sus eventos en vivo, ponen dentro del dispositivo la posibilidad para los que no asistieron al espectáculo de estar inmersos a la distancia, de tal forma que cuantitativamente se pueda elevar el alcance para hacerlo más atractivo ante quién se vende o en el peor de los casos lucrar con los metadatos de los cibernautas.

La apuesta es muy clara, ante la apertura de canales tecnológicos de vanguardia es buscar hasta el último de los rincones la posibilidad para insertar lo más rápido a un posible consumidor en un ciclo de consumo que reditúa a la élite que los controla. Venderles en apariencia la libertad de estar fuera del consumo, en la interacción, de darles el beneficio de acceder libremente, aunque en el fondo se persiga redituar bajo cualquier circunstancia.

Es un hecho que ante el desarrollo tecnológico dentro del ciclo de producción de los productos culturales, la estructuras de la industria de la cultural acompañan esos cambios de forma superficial. Pareciera que la sofisticación es un regalo por parte del capital hacia los consumidores, que la materialización de la modernidad es posible y visible para todos, empero es una narrativa de la que se sostiene e invisibiliza el fondo y potencializa a la élite que controla los instrumentos que se insertan en el ciclo de producción.

La ruptura en el tiempo y espacio alcanza niveles insospechados dentro de la distribución, la incorporación de la tecnología se convierte en un aliado para acelerar la circulación e incitar al consumidor para que asuma y repita su rol dentro del ciclo. Los límites dependen de muchas maneras de la persona, el futuro del que tanto se habló es realizable en el presente, aunque éste solamente sea a través del grado de adiestramiento hacia los consumos culturales.

2.5 Nuevas formas de alienación ante la innovación tecnológica

Pensar en el desarrollo tecnológico como una virtud del modo de producción que alcanzará para toda la sociedad es algo común en nuestros días, se han centrado los esfuerzos en discutir sobre cómo lograr que las implementaciones técnicas lleguen a las personas como algo inherente de las mismas e incluso el foco de atención de los derechos humanos se ha movido al debate como algo universal y necesario para toda la sociedad²². Dichos discursos legitiman el dogma dominante implementado en la modernidad enfocado al progreso y apoyado en transformaciones coyunturales vistosas, que le facilitan en apariencia, la vida cotidiana a las personas.

²² En el año 2016 la Organización de las Naciones Unidas declaró en su agenda internacional el acceso a internet como un derecho humano universal, puso al instrumento tecnológico como un bien intangible y necesario en el desarrollo de la vida de las personas.

El que los cambios en la agenda internacional se enfoquen en necesidades construidas como los usos de la tecnología para todos²³, ponen en un segundo plano las necesidades necesarias que se precisan para vivir, tales como asegurar que las personas alcancen condiciones dignas para desarrollarse. Es decir, no persiguen lo mínimo para el grueso de la población, pues se institucionaliza el discurso dominante y se trasladan las necesidades hacia la conveniencia de quien apropia y capitaliza la tecnología.

De igual manera, dentro de la industria de la cultura el uso de la tecnología se ha convertido en algo inherente en la forma de producir, distribuir y consumir bienes simbólicos. Pareciera que dentro del proceso cultural, los beneficios son el común denominador y que no existen implicaciones detrás, que las ventajas le atañen a todos, y las dinámicas a las que se someten son por la satisfacción general, en pocas palabras *la techne* no solo se vuelve la regla, sino una necesidad legítima para mejorar el estado de las cosas en el proceso de realización de bienes simbólicos.

Sin embargo, es necesario mostrar la parte invisibilizada, ¿en dónde queda el papel de los que a diario tienen que soportar dichos cambios? si existen transformaciones dentro de la estructura de las industrias culturales, ¿cómo se adapta el trabajador ante la innovación tecnológica?, ante el contexto de aceleración ¿también se incrementa velozmente la forma en la que se desarrolla la persona inmersa en la producción de bienes simbólicos?

Para responder lo anterior, es necesario enfocarse en la visibilización del trabajo como eje dentro de la industria de la cultura, hacer una revisión de algunos momentos que convergen dentro del proceso de mercantilización ante la aceleración tecnológica. Si bien, el papel del trabajo ha estado históricamente presente dentro de los estudios de la economía política en su antagonismo con el desarrollo del capital (Marx, 1980), solamente se pretenderá describir algunos elementos importantes que se han transformado en la cadena productiva de los

²³ En el caso mexicano, el uso de la tecnología se convirtió en un asunto de Estado, pues el ejecutivo a cargo de Andrés Manuel López Obrador ha fomentado una política pública llamada "Internet para todos" y que pretende llevar dicho instrumento al final de su mandato, a todos los hogares mexicanos.

bienes simbólicos, en favor de la élite que controla y explota todas las etapas del proceso, dejando de lado el papel e injerencia del trabajador.

En dicho marco normativo que apela a la explotación, es lógico que la renovación haya traído consigo cambios en las estructuras de la industria de la cultura, en el que las dinámicas de innovación en la cadena de producción y la incidencia del trabajo de todas las fases de la realización de los productos culturales se convirtieron en primordiales. El capitalismo ante este panorama ha llegado a una fase distinta, en el que los dueños del capital buscan una acumulación mayor en un menor tiempo y por lo tanto, utilizan una serie de mecanismos que fortalecen su posición en el sistema mundial.

La implementación de la tecnología dentro de la industria de la cultura es una constante, así como es una nueva forma de que una élite se apropie de la fuerza de trabajo de los dominados y éstos pierdan de vista su capacidad en la cadena de producción, en ella utilizan el conocimiento previo como valor agregado del producto, renuevan la fórmula a través de lo que se conoce como capitalismo cognitivo (Zallo, 2016). Esto es un cambio de fondo dentro de la forma de mercantilizar bienes simbólicos, en los que sustancialmente cambia el papel del trabajador, así como el modelo de negocio con el que se rige la industria para ampliar la posible ganancia.

Lo anterior, tiene un problema en dos vías, primero obliga a los trabajadores de las IC a someter su fuerza de trabajo en relación con la máquina (tecnología) y que exista una falsa consciencia en este acercamiento. Por el otro, se enfoca en que los precios bajo los cuales se venden estos productos obtengan un plusvalor que no sea regulado, sino que es impuesto por las propias lógicas en las que se encuentran inmersos en el mercado y que extraen la fuerza de trabajo.

Para confirmar lo anterior, es necesario establecer una relación histórica entre el trabajo y la tecnología, así como el papel del trabajador dentro del modo de producción y por tanto, de la cadena de producción, para posteriormente llegar a la descripción de la estructura dentro de la industria de la cultura y sus adecuaciones. De esta forma, se podrán encontrar elementos que convergen y

encausan a la tecnología como detonante o incidente en el proceso acelerado de mercantilización, en el que interviene el trabajo como eje central.

Karl Marx (1980) vio la influencia de la máquina en el proceso de producción, ya que además de propiciar una cadena de productos a mayor escala, supeditaría al individuo al mero manejo del instrumento e incluso en algún momento reemplazarlo, se aleja de lo que produce y pierde de vista su papel. El trabajador previamente, en las fábricas realizaba un esfuerzo físico que a pesar del desarrollo de la máquina, seguía haciendo un trabajo manual que implicaba un desgaste, su injerencia era alta pues actuaba directamente en la creación del producto.

Es decir, las etapas del proceso dependían altamente del manejo por parte del trabajador y su conocimiento en la realización de cualquier producto. En la fase del inicio del capitalismo industrial, si bien la forma de producir bienes escaló masivamente en un menor tiempo, en gran parte por el grado de innovación tecnológica como la máquina de vapor, el trabajador previo a dicho periodo tenía una injerencia clara y visible sobre la realización del artefacto, conocía las etapas²⁴ y ahora, se veían materializadas en un nivel macro apoyadas por el instrumento tecnológico.

La introducción de la máquina en la cadena de producción, permitía al dueño de las fabricas reducir los costes y salarios en la creación de la mercancía, pues dicho instrumento otorgaba beneficios para quiénes lo poseían (Marx, 1980), desde ampliar jornadas de producción, pagar mantenimiento esporádico en lugar de uno o varios salarios, hasta tener un volumen más grande de productos. Esto por supuesto, enfocado en el proceso de producción de las fábricas del siglo XIX y posteriores a la revolución industrial, es decir en los inicios de lo que se conoce como capitalismo moderno.

²⁴ Es importante aclarar que el trabajador que se insertaba en las fábricas durante el inicio del capitalismo industrial, previamente realizaba una labor artesanal en la que se encargaba de desarrollar un determinado producto durante todas sus fases, el herrero o carpintero conocían de fondo el proceso de elaboración aunque éste fuera muy tardado y el volumen muy bajo. Al desarrollarse dentro de la fábrica pasaron a ser parte del engranaje encargándose de una o varias etapas o en algunos casos solamente vigilando la tecnología que se empleaba para lograr la eficiencia en la cadena.

Sin embargo, el contexto que percibió el autor de *El capital*, no tomaba en consideración la aplicación del desarrollo tecnológico en los medios de comunicación masivos y en su desarrollo dentro de los consumos culturales, pero asentó las explicaciones económicas y políticas que rigen las reglas del capitalismo y en las cuales se encuentra la industria de la cultura. Es necesario partir del desarrollo problemático hecho por Marx (1980) en la conceptualización del trabajo y sus distintas implicaciones, pues pone en la discusión el papel del trabajador dentro de la cadena de producción, así como su margen de maniobra en contraposición del dueño de los medios de producción.

Aplicada esta problematización en la industria de la cultura, Benjamin (2003), Adorno y Horkheimer (2003) coinciden que el papel del trabajador se encuentra supeditado al grado de desarrollo para manejar los nuevos instrumentos, el margen de adiestramiento es lo que dimensiona la fuerza de trabajo, a diferencia del artista que tiene total libertad de desarrollarse, el encuadre está impuesto por la técnica y sin ésta no se puede entender la realización de los bienes simbólicos.

El trabajador se convierte en un engranaje más dentro de la industria, su incidencia está íntimamente relacionada con su capacidad para manejar el dispositivo, su fuerza de trabajo es despojada de acuerdo a la manipulación que tiene en los parámetros que impone el capital. En el proceso de producción masiva de bienes culturales, el papel del trabajador se automatiza en relación con las reglas que dicta la maquinaria técnica, el esfuerzo radica en controlar el aparato y no necesariamente en el esfuerzo físico.

Asimismo, Herbert Marcuse (1985) describió que la técnica aplicada a través de la idea del progreso en el proceso de producción del siglo XX, no solamente incrementó la cantidad de productos y abarató los costos, sino que había conseguido un nuevo grado de alienación del individuo. El autor nos muestra un panorama en el que el trabajador ha sido mecanizado a través de la técnica, el desgaste ya no es físico, es mental a través de la supervisión del instrumento.

El trabajador de las fábricas no recibe un salario por la fuerza de trabajo empleada para el correcto funcionamiento del ciclo de producción, sino por su grado de

manejo con la máquina, el esfuerzo físico pasa a ser mental y el trabajador lo asume como necesario. Éste representa un problema muy amplio para lograr la emancipación del trabajador, la perspectiva lo encausa como beneficio del progreso, llega a una falsa consciencia en el que la relación máquina-trabajador es provechosa para el último, pues reconoce que su capacidad es una forma especializada y de supervisión en la que deja de ser la bestia de carga (Marcuse, 1985)

El sometimiento ante esta invisibilización de la fuerza de trabajo a propósito de la incrustación de la técnica en la cadena de producción, permite al capitalista reproducir el discurso hegemónico y asegurar su posicionamiento en la estructura, además de mostrar que estos cambios son parte del estado natural de las cosas y que en su mayor parte son por el bien de la sociedad y del trabajador. La novedad que trae consigo el instrumento tecnológico llena de vitalidad el funcionamiento del modo de producción, que no se cuestione lo que se vive a diario para el trabajador.

En esta propuesta de la división del trabajo a propósito de la técnica, el proletariado se transforma y se relaciona de acuerdo a su sofisticación con la máquina, la élite funciona como mero administrador del plusvalor obtenido y hace mucho más grande la ganancia de retorno. Asimismo, mantiene al sujeto sometido, reproduciendo los valores y pensamientos de un pequeño sector, hace complicada la emancipación del proletariado, pues su fuerza de trabajo queda por debajo del instrumento tecnológico.

Este paso que da el capitalismo moderno en el proceso de producción de mercancías, es fundamental para invisibilizar la mano de obra del trabajador, permitiendo que el dueño de los medios de producción a propósito de esa explotación mantenga su ganancia e incluso la incremente. Además con el uso de estas nuevas dinámicas, la estructura no se trastoca, se mantiene al proceso como algo muy bien cimentado para reproducir las relaciones de poder que convergen el mismo sin ningún reparo.

En este contexto, Marcuse (1985) percibía la importancia ideológica de los mass media para la clase dominadora, vislumbraba toda una serie de mecanismos de reproducción que facilitaban a la élite integrar sus posiciones ideológicas en la estructura social, cohesionaba a los trabajadores bajo una idea en la que la automatización permitiría tener riqueza para todos y por tanto los bienes que se propusieran. Una falsa libertad que mantiene la estructura social y que pierde de vista el posicionamiento de clase, a propósito de una supuesta horizontalidad (igualdad material) que atraviesa directamente por la capacidad de adquisición.

Este engranaje solventado en lo técnico, cae en un determinismo en el que el elemento marca las pautas dentro de la cadena de producción y supedita al capital a renovarse, lo que ha sido una constante crítica a la escuela de Frankfurt (Toussaint, 2019), por lo que es necesario aclarar que esta innovación en los procesos de producción logran hacerlo eficiente mediante la explotación. De esta forma, se puede entender por qué la élite decide incorporar al instrumento como valor agregado, pensando en la posible acumulación y buscando una explotación mayor en las distintas etapas.

Esta incorporación tecnológica, ha adaptado paulatinamente a las personas dentro de nuevas dinámicas en las que incluso no se pueda entender sin el instrumento, en el que dicha apropiación técnica es necesaria, en que los límites no los pone el individuo dentro de todos los aspectos de la vida, sino la propia técnica es la que condiciona el margen de maniobra dentro del mundo objetivo (Sfez, 1995). Una confusión que beneficia a la élite y mantiene simbólicamente lo establecido, la migración hacia ideales que se implementan dentro del campo tecnológico aleja al trabajador de su fuerza de trabajo y lo acerca a la alienación disfrazada de bienestar.

La denominada "amenaza Frankenstein" propuesta por Sfez (1995) se materializa, esta metáfora en el que dentro de la sociedad capitalista moderna el discurso del progreso se mantiene y cobra vida, se modifica el papel de la máquina que fue creada por el individuo para apropiarse de la naturaleza, para ahora ser el objeto que incide, quién toma el rol de creador y supedita la fuerza del trabajo del sujeto.

Es decir, el orden de los factores se invierten para excluir paulatinamente la acción del trabajador dentro de la cadena de producción, el instrumento toma vida dentro del proceso y excluye por sus condiciones favorables al capital, a su inventor.

Esta apropiación tecnológica marcada por los lineamientos del capital, forma un tipo de alienación en la que no solamente el trabajador no conoce su papel dentro del proceso de producción, sino que su concepción simbólica del trabajo depende de su grado de especialización en la máquina. El trabajador le da vida a un objeto, lo dota de cualidades y pierde las suyas, el predominio de vivir ya no es el del sujeto, sino de la tecnología dentro del ciclo en todas sus acepciones.

En este breve recorrido se puede vislumbrar que el grado de alienación del trabajador está supeditada por su grado de manejo con la máquina, la idea del progreso aplicada en la cadena de producción le ha permitido relacionarse como mero complemento de la técnica, un engranaje más de la cadena de producción y no un ente vivo, con capacidad de maniobrar en las condiciones que más le favorezcan.

Para el siguiente desarrollo se contrastará y visibilizará una modificación sustancial dentro del capital para extraer la ganancia y potenciar la explotación dentro de la industria de la cultura, en la que el conocimiento se convierte un valor agregado e indispensable para acelerar el ciclo.

Ante un nuevo contexto de apertura total del mundo y enfocado a procesos de renovación digital, es necesario reafirmar que "mediante la creación de mercados de trabajos globales y haciendo un uso amplio de las tecnologías de la comunicación para llevar a cabo procesos de reestructuración, el comercio transnacional gana la flexibilidad necesaria para utilizar la mano de obra de forma más efectiva, menos costosa y por tanto, más rentable" (Mosco, 2011:67). El desarrollo global se impone sobre lo local para lograr que el trabajo se apegue a las normas del capital transnacional y pueda ser explotado.

La apuesta por lo global beneficia en costos al empresario, renueva la división internacional del trabajo y se adapta según su conveniencia a las políticas que permitan explotar al máximo el proceso, da paso a la consolidación de su poder en

el mundo. El dueño de la industria de la cultura crea las condiciones para establecerse en el mercado que más beneficios le otorgue (Bauman, 1998), en el que más posibilidades de explotar el proceso existan, en el que dicte la forma en que se realizarán las cosas concernientes a su negocio.

La realización del trabajo no se encuentra concentrado como antaño en la fábrica, el trabajador se acerca al producto de nuevas formas que sugiere el capital, la composición del mismo se rige bajo los protocolos que más le convienen a la industria de la cultura a lo largo y ancho del mundo. La ventaja tecnológica utilizada en el proceso de producción flexibiliza el trabajo, lo lleva a realizarse en distintas latitudes, a montarlo en distintos territorios desde la India a EUA, ahorrándole al empresario costos directos que se verán reflejados en la ganancia (Fuchs, 2015), la ruptura en el tiempo y espacio también permea en la fuerza de trabajo, la somete y adhiere a nuevas formas de explotación.

El trabajador mundial de la industria de la cultura digital ha reconocido una nueva forma de desarrollarse, entiende como un beneficio que le den trabajo empresas transnacionales que ni siquiera se encuentren presentes en su territorio, comprende que el sueño moderno se ha materializado y su participación especializada en el funcionamiento del engranaje mundial es necesaria. La migración hacia estas narrativas solo es un paso más para llenar de vitalidad el estado de las cosas, para mantener a la persona aislada, despojarle su consciencia en labores precarias.

La organización del trabajo de la industria de la cultura no depende de las dinámicas propias de un territorio local, sino de las condiciones globales que desea desarrollar el capital en su beneficio, en el que incide para modificar las reglas del juego (Fuchs, 2015) se desplaza al sujeto para ser explotado dentro del proceso. El anzuelo está cimentado en que es un beneficio para las naciones la inversión del capital transnacional, pero en muchas ocasiones éste entra y sale saltándose las normas locales, no crea empleo sino nuevas formas de explotar el proceso de producción de los bienes simbólicos.

De igual manera, en esta construcción de mercados laborales en la globalización, no solo propicia un trabajador internacional alienado, sino también que se muestre el poderío entre naciones. En determinados lugares la influencia de un país se sobrepone a la producción que se hace en otros, de esta manera se impone un tipo de consumos estandarizados internacionalmente, tal es el caso de la producción de Hollywood y la exhibición hegemónica de su oferta en el mundo.

Países satélite reafirman y reproducen la posición hegemónica de los grandes consorcios culturales, pues adoptan modelos de negocio parecidos que solamente se adaptan a lo local aunque en el molde estén centrados en el mismo desarrollo de lo transnacional. Dan paso a engrandecer lo que se exporta, a tratar de ser repetitivos en las fórmulas mundiales de éxito ya probadas con narrativas similares, estructuralmente lo mismo y que repercute en la reproducción del trabajo mundial.

En vista de este nuevo molde estructural, a propósito de la migración hacia lo digital dentro de la industria de la cultura, autores de la Economía Política de la Comunicación y la Cultura han propuesto una reactualización respecto a teorización de la producción de mercancías culturales, en la que hay un nuevo tránsito de la división técnica a una división cognitiva del trabajo. "La organización productiva depende cada vez menos de la segmentación técnica de la producción del trabajo... se basa, en cambio, cada vez más en la polivalencia y la complementariedad de los distintos bloques del saber" (Vercellone, 2016. p.39)

El trabajador en esta Nueva División del Trabajo tiene que prepararse constantemente, la participación dentro del proceso de producción tiene que ser más calificada y ya no se mide el número de horas para el pago sino su conocimiento respecto al proceso, sin embargo, esto no se ve reflejado directamente en los sueldos del mismo. Esta mutación del capitalismo permite a la élite mantener bajo otras formas, sometido al trabajador e incrementar las ganancias.

Dentro de la producción de los grandes productos culturales la capacidad intelectual del trabajador cada vez es más necesaria, hay espacios en los que

necesitan de trabajadores con un alto grado de conocimiento, por ejemplo dentro de un evento deportivo, la cámara de última generación es logro de la empresa y no del equipo que la desarrolló, su nombre permanece anónimo ante el triunfo privatizado. O en el manejo, la persona que manipula el instrumento debe tener una especialización, sin ésta no puede participar, se le excluye automáticamente ante la falta de conocimiento en la novedad.

De esta forma, la élite económica ha encontrado en el capitalismo cognitivo una bondad en la precarización del trabajador, no sólo abarata los sueldos mediante el proceso de oferta y demanda, sino que se encargan de privatizar el conocimiento, le quitan a la persona su capacidad innovadora en el proceso y se la apropia para posteriormente capitalizarla (Vercellone, 2016). Por su parte, existe una especie de privilegio y reconocimiento dentro de la misma industria, que se caracteriza por altos sueldos y posiciones de trabajo cómodas en el proceso, una dialéctica necesaria que contribuye a la ilusión y mantenimiento de la explotación.

El capital no necesita de gastos multimillonarios en la cadena, sino que capitaliza al desarrollar conocimiento a través del trabajador, para posteriormente incorporarlo en el ciclo de producción y asegurar la ganancia. Funciona como capital parasitario que extrae ganancia sin inversión, un nuevo parámetro dentro del capitalismo cognitivo para asegurar que el proceso de producción no se detenga y lograr la explotación en un margen mucho más amplio.

Aunado a lo anterior, en el proceso de oferta laboral que establecen las industrias culturales a nivel global, los estándares de conocimiento no pueden ser saltados, por lo que el trabajador deberá buscar la forma de costear su aprendizaje, de esta manera no solo tiene que adaptarse a lo que el mercado le ofrece, sino que hacerse responsable de tener un mayor grado de conocimiento que le permita tener mayor posibilidades de entrar al campo laboral. A diferencia de los inicios de la industria de la cultura, la entrada en la estructura se sobre-especializa y la marcan las pautas de la oferta y demanda, siendo mayor esta última que se

supedita a toda clase de trabajos²⁵ que se valen de lo tecnológico para precarizar lo que se ofrece.

El capital redondea el proceso de producción de las mercancías culturales, la aceleración tecnológica propicia una mejora técnica en sus productos, los trabajadores al estar dentro del proceso deben tener un mayor grado de conocimiento para insertarse en la industria, y aceptar que su margen de maniobra está vinculado al adiestramiento que tienen del proceso tecnológico. Sin duda, la acumulación del capitalista se amplía bajo esta nueva dinámica, pero principalmente reafirma su posicionamiento como ente dominador al mantener el estado de las cosas.

Entonces, se puede vislumbrar que en la producción de contenidos culturales dentro del capitalismo cognitivo existe un solo ganador: las industrias culturales que lo producen; mientras que el trabajador es el encargado de realizar los productos sofisticados de acuerdo a su conocimiento, éste tiene que aceptar un sueldo que mediante un contrato, si es que lo alcanza, cede los derechos a la empresa que lo adquiere, no es consciente de su fuerza de trabajo, se aliena con nuevos mecanismos impuestos desde la estructura como los derechos corporativos sobre los de autor.

Otro rasgo de este proceso de producción de contenidos culturales, se fundamenta en que las empresas generan un sistema internacional de patentes o propiedades intelectuales privadas para asegurar las ganancias y el ciclo se repita constantemente en su beneficio (Fuchs, 2015, no solamente extraen la fuerza del trabajador, la capitalizan en cantidades millonarias a través de los productos culturales que les pertenecen como empresa.

Además el proceso tecnológico se privatiza como elemento diferenciador y se le da un valor de cambio al competidor que decida implementarlo, se comercializa de acuerdo a las condiciones que decida el empresario, de esta forma se inserta otro

²⁵ Nuevos mecanismos para nombrar toda clase de trabajos mal pagados como *Home Office* y *Freelance*, sin prestaciones, subcontratados por proyecto e incluso no presenciales en el que la industria se vale de vacíos legales y políticos de determinados territorios para extraer al máximo el plusvalor y conocimiento otorgados por el trabajador (Fuchs, 2015).

ciclo de consumo que asegura ganancias millonarias a la empresa²⁶. El trabajo extraído no le beneficia directamente al sujeto innovador, el conocimiento que aporta el trabajador queda en un segundo plano gracias a que en algunas ocasiones, éste percibe un sueldo que es mínimo en comparación con los resultados que obtendrá la industria.

El que las empresas protejan o patenten sus productos culturales es una medida fundamentada para cuidar la inversión del capitalista, ya que no permite que su producto obtenga una remuneración sin que esta sea autorizada por la misma. Las patentes son un mecanismo para privatizar el conocimiento de manera legal y extraer el máximo de las ganancias. El logro se convierte en un elemento de distinción sobre el resto de competidores y reafirma el posicionamiento de la empresa como innovadora y sofisticada a nivel mundial.

Asimismo, "el sujeto precario y desclasado habita en este proceso, el cual tanto los nuevos trabajos como los viejos necesitan de títulos académicos" (Maniglio, 2016, p.68). Entre los tantos problemas que produce el capitalismo cognitivo, no solo es el abaratamiento, sino que exista un desclasamiento en el que el trabajador pierda de vista su posición dentro de la cadena de producción y que además, asuma los costos para formarse dentro de los parámetros impuestos, que viva en la paradoja en el que su formación intelectual centrada en el instrumento lo llevará más lejos, aunque esto no sea así.

Como se planteó en párrafos anteriores, el que las industrias culturales se renueven tecnológicamente obliga primero al trabajador a educarse para poder pertenecer dentro del proceso, pero además la élite que impone esos lineamientos, capitaliza los productos que éstos crean, es decir los productos culturales adquieren vigencia con este grado de sofisticación intelectual. La

²⁶ La empresa japonesa Nintendo durante sus inicios, al carecer de la tecnología 8 bits para construir mejores gráficas se encontraba en un impasse en la innovación que la alejaba de sus competidores, acudió a una serie de seguidores que habían logrado implementarla por medio de un *hack* que transformó la percepción de algunos juegos. Si bien estos programadores habían roto los derechos y condiciones del videojuego, no fueron castigados, sino invitados a formar parte del equipo de creación mediante un sueldo para que compartieran dicha sofisticación en el contenido cultural, sin embargo el logro lo administró la empresa y por tanto, la ganancia en su siguiente consola que traía dicha innovación.

innovación adquiere velocidad en su uso en la cadena de producción, el capital se vale de estos elementos que acelera y repite el ciclo incesantemente.

Esta propiedad intelectual centrada en la empresa, ha fundamentado una nueva lógica de mercantilización que blindada, incrementa y acelera el costo de los productos culturales. Aunado a la privatización del conocimiento, éste le agrega valor al consumo cultural de las personas, entre más se sofisticada el bien cultural se incrementan los precios bajo los cuales se van a vender en el mercado, la vanguardia tecnológica dota de novedad lo que se vende, se adhiere lo anterior con lo nuevo para darle "el precio necesario" y vigente en el mercado²⁷.

Esto dentro de lo más profundo de la cadena de producción, de todos esos trabajadores que han sido invisibilizados con las nuevas dinámicas, de esos gestores que son eclipsados por la propia innovación y que el discurso de la modernidad defiende como necesarios para alcanzar el bienestar. Se mantiene olvidada la fuerza de trabajo como verdadero motor de cambio y se privilegia el estado de las cosas que la élite capitaliza.

Al convertirse en una mercancía cultural, el empresario al invertir su dinero busca conseguir el máximo de eficiencia al obtener la ganancia, por eso al incluir dentro del valor de dicha mercancía la sofisticación en todos los sentidos, le permite llegar a un plusvalor más amplio mediante el control de todo el proceso, dominar el mismo en los términos que decidan. Esta regla permite a los empresarios como bloque adecuar los precios de cada producto según les convengan y solventar la vigencia del mismo.

¿Por qué dotar a un producto cultural de tecnología de punta y conocimiento sofisticado del trabajador? Para mostrarle al consumidor constantemente que la apariencia de sus consumos es cada vez más selecto, que a pesar de existir una oferta generosa en el mercado, éste debe de consumir lo que se renueva y que la

²⁷ Las *Smart TV* permiten ejemplificar este punto, en el que el precio en el mercado se determina gracias al grado de sofisticación. En primera instancia cuando las televisiones pasaron a ser pantallas planas su valor se incrementó ampliamente en el mercado, posteriormente fueron obsoletas cuando se agregaron elementos como el *High Definition* o acceso a internet por medio de *apps* que dieron paso a nuevos productos y más sofisticados en un menor tiempo. El conocimiento se incorpora en el proceso rápidamente para acelerar el ciclo de consumo y darle un precio mayor.

percepción se centre en alcanzar el flujo acelerado de cambio a nivel internacional.

La posición del trabajo a nivel internacional sufre cambios estructurales, con las nuevas dinámicas incluidas dentro del proceso de producción de la industria de la cultura, su adhesión acelerada en el contexto de globalización modifica de fondo el papel del trabajador dentro del engranaje, dando como resultado procesos como la flexibilización del trabajo, precarización y desclasamiento. Su establecimiento así como su reproducción, mantienen y extienden el dominio de la élite bajo nuevas formas que aseguran la acumulación constante y veloz del proceso de producción.

Las nuevas narrativas bajo las que se establecen estos procesos, dan paso a la materialización del progreso en las sociedades capitalistas modernas, en las que lejos de ser una forma de control político, económico y social, se vuelven parte del desarrollo natural del trabajador, un valor agregado que otorga múltiples beneficios para los que se introducen voluntariamente a esas dinámicas.

Este planteamiento tiene como fin visibilizar hacia dónde se mueven las dinámicas propias del proceso de mercantilización y la incidencia de la aceleración tecnológica dentro de la industria de la cultura, dar un primer paso para mostrar otra perspectiva de los aparentes beneficios que traen consigo las transformaciones mundiales. Encontrar elementos centrales dentro de los posibles cambios a los que se deben de someter los productos culturales, buscar alternativas posibles y dar un vuelco radical al crear conciencia de las implicaciones que tienen dichos consumos.

3. El cine como Industria Cultural a propósito de la aceleración tecnológica en el proceso de mercantilización.

El principio del sistema impone presentarle todas las necesidades como susceptibles de ser satisfechas por la industria cultural, pero, de otra parte, organizar con antelación esas mismas necesidades de tal forma que en ellas se experimente a sí mismo sólo como eterno consumidor, como objeto de la industria cultural
Theodor Adorno y Max Horkheimer

Una y otra vez dibujaban sobre el acetato la misma figura, escena y paisaje, probaban y repetían hasta que pareciera que la animación tenía vida... cuadro por cuadro intentaban recrear la realidad a través del movimiento de una caricatura, se centraban ante la representación de un dibujo aunque éste les llevara horas concretarlo. El tiempo era el adversario por excelencia para los dibujantes que se encargaban de realizar a Mickey Mouse, cada intento realizado para solamente conseguir menos de cinco segundos de avance del corto animado, pareciera que dicho proceso es arcaico, desde tomar el lápiz y hacer una fidedigna copia en una hoja de papel grabada en una cámara que ocupaba un rollo.

Lejana parece esa época en la que el trabajo representaba una serie de esfuerzos, en el que los instrumentos eran antiguos y sumamente complicados para quienes los utilizaban, en el que cualquier realización implicaba un desgaste de tiempo muy alto para tan solo conseguir una pequeña parte del producto final. La cadena de producción si bien obedecía a la lógica general del modo de producción de mediados del Siglo XX, se percibe distante, pues las labores durante el proceso eran ejecutadas por un cúmulo de personas, a pesar del avance tecnológico, la mecanización ya era parte, pero no tan profunda como la que existe en nuestros días.

El trabajo vivo en su conjunto era la regla en todas las etapas, dentro de la propia estandarización una suma de fuerza de trabajo se reunían para utilizar el instrumento así como las condiciones materiales del momento para la realización

de los productos culturales, lo que fue innovador para el capital en retrospectiva parece un proceso obsoleto. Es lógico que se avanzara en la industria de la cultura y se buscara lograr una eficiencia, que se adhirieran innovaciones dentro de la cadena de producción para conseguir rapidez en la creación, distribución y consumo, de forma que se vieran materializadas monetariamente.

Lo que en el inicio de la industria de la cultura representaba toda una serie de transformaciones, pues los bienes simbólicos se asemejaron a los materiales en su reproducción masiva, hoy quedan atrás y encuentran su punto más alto de desarrollo. Ante un contexto de aceleración se presentan elementos de fondo que modifican todo el proceso, que reordenan la estructura e imponen nuevas formas en beneficio del capital, el proyecto moderno se concreta y encuentra en el tiempo un aliado, lo que en su momento era una limitante dentro de la creación hoy el aparato tecnológico ayuda a romperlo.

Los augurios de la Escuela de Frankfurt respecto a la innovación tecnológica y su uso en la industria de la cultura, son una realidad desproporcionada con implicaciones de todo tipo. Cada vez más desarrollada, la cadena de producción muestra su poderío desde la técnica, en las distintas etapas se conjunta y mezcla el conocimiento previo para dar paso a una explotación más profunda de mayor control y con nuevas formas de comercialización que representan ganancias para la élite que controla el negocio.

En la presente investigación se ha abordado de forma general el papel del tiempo y sus implicaciones en la maquinaria tecnológica de la industria cultural, se ha problematizado y visibilizado una perspectiva renovada de lo que implica el proceso de producción de dicho negocio encuadrado en la idea del progreso propio de la modernidad. En este punto, es menester abordar un caso específico para conocer la incidencia de la aceleración tecnológica como vector de tiempo en la mercantilización, enunciar desde lo particular los sucesos que envuelven en la actualidad a la industria cinematográfica, de esta manera se podrá comprender una visión profunda de las narrativas que engloban a los bienes simbólicos que en ésta se producen.

3.1 El cine y tecnología, una relación acelerada durante la globalización

Uno de los rituales de consumo que se ha transformado es el del cine, esa relación entre el sujeto que se encuentra en un espacio con el producto audiovisual si bien ha perdurado durante décadas, ha llegado a modificaciones serias que le dan un valor agregado a la experiencia que lo envuelve. Desde su inicio como un triunfo genuino del ingenio humano materializado en el instrumento, existen elementos coyunturales que se han adherido a la forma de entender y principalmente de relacionarse con la proyección de filmes.

La propia naturaleza tecnológica bajo la cual se crea el cine marca las pautas de desarrollo, encuentra en su concepción la forma más sofisticada de progreso del Siglo XIX, en el que gracias al instrumento se pueden proyectar imágenes en movimiento y a públicos numerosos. Dentro de esa tradición cinematográfica, la técnica se incorpora en la cadena de producción y se convierte en un valor agregado que permea históricamente e incide en las transiciones hacia nuevas etapas visuales, de la cámara que grababa en blanco y negro al color, del encuadre clásico al cine 4D, por mencionar algunos ejemplos.

Esta introducción técnica que trajo consigo la consolidación del cine, establece una reestructuración en el campo de la cultura y la forma en la que se realizarían los bienes simbólicos. Ante la incorporación de un nuevo medio de producción que representaba y asemejaba los intereses del capital, puso en la discusión las posibles implicaciones de esta reproducción masiva en distintos aspectos y que paulatinamente afianzó toda una corriente de estudio a propósito de la industria cinematográfica.

Lo que hoy es un espectáculo que se encuentra dentro de la cotidianidad, en sus inicios representaba todo un mundo de nuevas concepciones, una forma distinta de comprender la realidad a través del instrumento. El impacto del cine desde su origen puede ser descrito cualitativamente, llegó para quedarse, pero principalmente para reformarse desde adentro y adherirse a un sistema más

complejo que rápidamente sería capitalizado de manera económica, el de la industria de la cultura.

Al igual que cualquier otra industria, ésta se modificó de acuerdo a los cambios que marcaba el capital, sufrió dentro de la cadena de valor coyunturas que son elementales para llegar a lo que conocemos hoy como séptimo arte. Los productos culturales, en este caso las películas, se convirtieron en una mercancía con un valor de cambio que reditúa y que puede ser explotado en todas sus fases, el desarrollo dependió totalmente de las condiciones sociohistóricas en las que se presentaba la producción.

La forma de mercantilizar el producto ha tenido que ser adaptada a las condiciones materiales, agregar o eliminar elementos que modifican la percepción del cine en el consumidor para darle vigencia en el ciclo de consumo. Como en cualquier industria, la cinematográfica se ha visto envuelta en un desarrollo paulatino que le ha permitido su sobrevivencia, la estructura ha sufrido cambios o transiciones hacia nuevos modelos de negocio durante su andar y que de alguna manera se han vuelto parte de la cotidianidad de las personas.

Es común imaginar al consumidor que se acerca a una sala de exhibición, revisa la cartelera, elige una película, compra sus boletos y da paso al área de dulcería para acompañar con unas palomitas el bien simbólico; en medio de la oscuridad el público se mimetiza con la proyección de esa concepción mediada, por un lapso de tiempo olvida el entorno y se concentra para recibir la información audiovisual, este ritual que ha sido reproducido por generaciones afianza en la tradición su sobrevivencia dentro del modo vida.

Sin embargo, afirmar que el mismo tipo de experiencia se repite una y otra vez sería un error, encasillar una actividad de la misma manera durante cerca de 150 años de desarrollo que ha sufrido el séptimo arte, no permitiría acercarnos a las fracturas de la estructura de las cuales se desprenden implicaciones en la forma de comprender a dicha industria. En cada momento histórico, el molde mediante el cual se envuelve el desarrollo del cine ha sufrido cambios, novedades que le han

permitido arraigarse y aunque superficialmente se asemejen, hay síntomas de transformación como el tecnológico que los distinguen.

Tales etapas pueden ser tratadas como transiciones hacia una nueva forma de realización dentro de la industria cinematográfica, lo fue la aparición del dispositivo como espectáculo dentro de las ferias a la cadena de montaje y automatización parecida a la producción industrial de bienes materiales o dar el salto a la incorporación de los distintos medios de comunicación masiva como elementos de exhibición (Aprea, 2009) y ahora, en un contexto de globalización en el que se da la introducción acelerada de lo digital como implementación franca del capital para extraer más ganancias en una menor cantidad de tiempo.

Se puede notar que durante estas renovaciones, el tiempo de innovación era constante más no acelerado, cada mejora en la cadena de producción se asimilaba y en un lapso prolongado se veían los beneficios. Ante la llegada de la globalización con las rupturas en el tiempo y espacio por parte del capital para superar su crisis, dio paso a nuevas dinámicas, a reacomodos estructurales que vieron en la innovación y desarrollo cinematográfico un aliado para acrecentar velozmente el retorno económico de los inversionistas

El paso de las películas en blanco y negro al color, de lo mudo a lo sonoro, de los vestuarios ficticios y poco detallados a los grandes personajes, del sonido precario a los digitales, de los efectos visuales básicos al uso de software especializados en cada fase de producción y postproducción, del súper 8 a las cámaras con sensores de movimiento, entre muchos otros, son parte de la transformación histórica del séptimo arte, son ejemplos dentro de sus rubros y elementos incorporados en la industria.

Esta novedad tecnológica vista en aspectos técnicos del cine es amplia, por lo que solamente se enunciarán tres momentos claves en los que se envuelve la aceleración tecnológica dentro de la mercantilización en un contexto globalizado. Esto con fines de acotar y explicar tres periodos que se interrelacionan, cuyo primer paso es la producción que a su vez se subdivide en tres, luego la segunda

fase es la circulación y un tercero que es el consumo, todas encuadradas en la innovación tecnológica.

En primera instancia la producción y aplicación del software como innovador dentro de las películas estadounidenses, que da paso a tres fases de desarrollo y vitalidad para el capital: la conversión del trabajo artesanal al digital dentro de los efectos especiales²⁸, el instrumento como parámetro innovado de comercialización del producto y los servicios especializados de audiovisuales hechos por terceros.

Posteriormente la circulación cinematográfica ante las nuevas tecnologías, en las que se destaca el uso del instrumento en un contexto digital, un acercamiento técnico distinto por parte del consumidor con los productos culturales. Ante esto, una apertura incesante de puntos de venta mediados por la multipantalla, la materialización de la ruptura del tiempo y espacio, incidida por el acercamiento inmediato del dispositivo como extensión de la industria, en el que la innovación se enfoca a satisfacer de forma especializada a los públicos que se encuentran en los repositorios de películas.

Por último, el consumo, en la que la apropiación por parte del sujeto con la tecnología se acelera, en el que cada vez se sofisticaba el uso del instrumento. Formado en el modo de producción es un usuario que conoce su papel dentro del instrumento y adapta sus acciones para conseguir los bienes culturales, en el que apreende una serie de nuevas prácticas mediadas por la tecnología para adquirir los productos simbólicos de su agrado. Para finalmente llegar al cuestionamiento del avance del consumidor, si éste ha llegado a la especialización en todas las fases o es una mera superficialidad que avanza con la industria y el producto.

Con estos tres momentos dentro de la mercantilización y la incidencia de la aceleración tecnológica en el proceso, se pretenderá resolver ¿cuál es el fin de acelerar la industria cinematográfica en el detalle técnico?, ¿este estadio del capitalismo es una forma más que un beneficio del progreso para los usuarios?

²⁸ Se entiende por efectos especiales a todos los detalles técnicos empleados dentro de una película para lograr en la pantalla una ilusión, una experiencia más cercana de lo que sucede es casi copia fidedigna de la realidad, esta se ve alterada por los efectos especiales.

¿la velocidad dentro de los productos culturales altera el modo de vida y la inmiscuye en sus dinámicas? ¿el consumidor en qué términos se sofisticaba?

3.2 La incorporación del conocimiento dentro de la producción de filmes, los efectos especiales como forma innovación acelerada.

"Todo es posible" según los discursos optimistas de desarrollo alrededor del mundo, cualquier cosa que viva en nuestra imaginación se puede materializar, el límite depende de la extensión que decida imponer la propia sociedad, no hay nada que pueda detener al progreso. Desde llegar al espacio, comunicar al mundo en cuestión de segundos, tener al alcance de nuestras manos cualquier información, la ilusión óptica de la inmediatez se convirtió en la regla de desarrollo y la que supedita nuestro andar en la cotidianidad.

En esos discursos que se adoptan, la sorpresa del cambio inmediato ahora es una constante, la necesitamos para activar ese espíritu de vitalidad y entender que nuestra existencia depende de la misma, que el avance es real y jamás se detendrá, que vamos por el camino correcto en esa autopista para la felicidad. El recorrido es similar para todos y el que se salga del mismo no llegará a la parte más alta de desarrollo, a ese nirvana en el que todo será especial y el estadio de armonía será igual para el que esté presente, una total utopía que legitima la mentira del estado de las cosas.

Esa percepción cada vez más introyectada en la concepción simbólica de las personas, se replica a diario, vivimos en ella y pareciera ser el discurso consolador de algo a lo que jamás se llegará. En este sentido se considera a esa innovación como algo necesario, intrínseco en la naturaleza del ser humano y que dicha esencia permitirá beneficiar a todos, esa idea de progreso se convirtió en el dogma, basta con revisar lo que hay a nuestro alrededor, todo tocado por la bandera del mejoramiento que provee el modo de producción.

En la industria cinematográfica no es la excepción, "todo es posible" siempre y cuando tenga una posibilidad de redituarse, se puede producir por supuesto, mientras posea un alto porcentaje de ser consumido. La creación de universos

ficticios, personajes de otras galaxias, viajes en el tiempo que se interrelacionan con nuestro mundo y la alteración del mismo, recreaciones de lo que fuimos en el pasado como si estuviéramos ahí y nos convirtiéramos en actores de lo que se nos exhibe, somos parte de "la magia del cine"

A través de una pantalla vemos materializados nuestros sueños, objetos de deseo, la imaginación a través de lo que otro construyó, en esas representaciones se encuadra lo históricamente realizado, dentro de lo que es algo ordinario en nuestra cotidianidad como la percepción, se complejiza lo técnico y lo legítima frente a lo que visualizamos. Rápidamente se mejora el personaje, mundo, explosión, recreación, sonido y movimiento, lo que se muestra puede ser aceptado visualmente e incluso confundirnos entre lo real e imaginario, al menos los segundos que estamos frente al instrumento

Atrás quedaron esos filmes en los que el personaje que simulaba volar era sostenido por arneses, en el que la escenografía rara vez nos transportaba fidedignamente al lugar donde se desarrollaba la trama o en el que el vestuario de un momento ficticio era claramente identificado como irreal por el público. De manera acelerada la industria cinematográfica no solo se convierte en productora de historias, sino también de incorporaciones en el detalle técnico, de una nueva estética visual supeditada por el instrumento tecnológico.

El augurio de Benjamin (2003) respecto al cine y la incidencia por parte de la técnica no solamente se cumple, se potencia, la rigidez de la producción tecnológica deja a un lado el papel del trabajador de la industria, lo pone en un segundo plano aunque éste sea el verdadero motor de valor de lo que se exhibe. Las condiciones sociohistóricas actuales por las que atraviesa la industria no solamente definen el papel de la técnica como aliado preponderante y necesario para obtener ganancias, sino que alimentan el discurso de legitimidad en el que su implementación es un beneficio directo para quien lo consume.

Sin embargo, es necesario precisar cómo se materializa esta aceleración tecnológica vista desde los efectos especiales en un contexto de globalización, en

el que al existir un mundo interconectado que reditúa al modo de producción, la industria cinematográfica da paso del trabajo vivo a la inmaterialidad de lo tecnológico en la cadena de producción, en el que el conocimiento se incorpora como valor ante lo que se exhibe. Es decir, dar paso a un entendimiento sobre la revitalización en el funcionamiento en la realización de películas, los cambios desde la producción que ha sufrido el séptimo arte.

A simple vista la implementación de los efectos especiales construye una experiencia visual que hace atractivo y vigente su producto, ante el avance tecnológico es más fácil implementar toda una serie de elementos que embellecen la superficie del producto, es decir en el que pueden reproducir casi fidedignamente, hacerlo espectacular y dar paso a una exhibición de alta calidad que tiene más posibilidades de atraer consumidores.

Sin embargo, esa fórmula de éxito se repetiría en toda la oferta y se caería en un determinismo tecnológico, en el que gracias al instrumento se obtienen ganancias indiscriminadas y por tanto, los sujetos son entes pasivos que solamente reciben lo establecido. Bastaría con tener lo mejor de efectos especiales para atraer al público, para que la aceptación de una película sea decretada por la capacidad técnica y no por todo lo que la envuelve.

Abandonado ese determinismo, la tecnología incide en las lógicas de mercantilización, en el que la permanencia de los efectos especiales dentro de la producción tienen un fundamento económico, su presencia interviene para que los grandes estudios (*Majors*²⁹) tengan ganancias, dicho instrumento le da un valor de cambio a la mercancía cultural. Es menester desarrollar el alcance que tienen las innovaciones tecnológicas dentro del propio producto cultural, revisar esa incidencia sobre la estructura, así como enunciar implicaciones reales del discurso dominante.

²⁹ Los *Majors* son los grandes consorcios que se encargan de comercializar películas a lo largo y ancho del mundo. Son empresas que no solamente producen películas, sino también tienen un control dentro de la cadena de producción a través de varias estrategias para privilegiar la ganancia.

Para empezar, es necesario afirmar que al igual que cualquier producto material, el filme representa trabajo vivo, por más que se envuelva en ese discurso en el que la propia máquina automatiza y se encarga del ciclo de producción para darle valor, es erróneo, su existencia depende de la mano de obra humana y no viceversa (Fabio, 2013). Durante la historia del cine como industria ha estado ligada al factor técnico, su propia naturaleza depende de un instrumento como la cámara, que es consecuencia de trabajo previo, por lo que este entendido nos permitirá dar un primer paso en la discusión del papel de trabajador dentro de los efectos especiales.

Durante las distintas etapas de la industria cinematográfica es inherente el factor de la innovación, la mejora dentro de la cadena de producción incita a que el trabajador sea cada vez más especializado, que en su formación supedita su margen de maniobra al instrumento renovado, esas transiciones en su actuar así como su aplicación en el producto masivo elimina el valor estético y adquiere el monetario dentro del mercado (Adorno y Horkheimer, 2003), ese sujeto del inicio de la industria, casi artesano en la realización representó un escalón de conocimiento que posteriormente se añadiría a las fases de producción de la película.

Es decir, cada momento por el cual el cine incorporaba un elemento novedoso dentro de la cadena de producción trae consigo previamente trabajo humano y eficiencia al proceso. El trabajador previo a la globalización se encargaba de mejorar visualmente los negativos para tener una imagen lo más limpia posible, así como los departamentos de trabajo conjunto en cuestiones de producción, entre otros, son parte del valor de uso que se intercambia y que tiene el filme dentro del mercado, además de ayudar en la acumulación de innovaciones para facilitar el proceso.

Dicho lo anterior, los efectos especiales utilizados en la industria cinematográfica son un repositorio de trabajo histórico, en el que se acumulan una serie de saberes previos para lograr una mayor eficiencia en todas las fases del ciclo de producción, es necesario desglosar cómo esa vistosidad en la exhibición se

convierte en un aliado para la explotación con miras a obtener un mayor número de ganancias, específicamente en el contexto globalizado.

Los efectos especiales han estado presentes desde que formalmente el cine se convirtió en una industria de reproducción masiva en la primera mitad del Siglo XX (Rubio, 2006) quizás artesanales en su concepción, pues no contaban con el mismo grado de desarrollo técnico a lo que hay en la actualidad, pero estaba dentro de la cadena de valor. Ese es un primer momento de cómo fue encuadrado el molde para la realización de películas y que representaban una inversión extra para los productores, por lo que era un elemento de distinción.

En este convencionalismo del modelo que poco a poco se apropió dentro de la forma de producir películas, es lógico que se hayan modificado las dinámicas para lograr una consecución mucho más adelantada y principalmente, menos costosa. Así fue en los filmes mudos cuando eran exhibidos, éstos iban acompañados por una banda sonora que dotaba de otra dimensión lo visual, así constantemente se tenía que repetir la fórmula limitando la capacidad masiva de muestra y generando mayor gasto en el trabajo vivo.

Con el desarrollo de la técnica, este efecto especial pasó a convertirse en algo primordial e intrínseco en la creación de filmes, ya no se necesitaba la orquesta en vivo, sino solamente el sonido en un artefacto para ensamblarlo junto con la imagen, de esta forma el trabajo materializado en el instrumento facilitaba la reproducción, reducía los costes e innovaba la experiencia del usuario en la sala de exhibición. Al igual que cualquier producto, los bienes simbólicos atravesaban por la cadena de montaje para tener un valor de cambio en el mercado.

En este ejemplo donde se representa la evolución en la producción de los filmes durante su inicio, se vislumbran los beneficios en cuestión de tiempo, el detalle técnico facilita las condiciones para la reproducción masiva y principalmente, apoya para que la explotación de la cadena de valor sea más prospera. La incorporación de los avances en cuestiones de montaje desde el inicio se convirtió

en una regla que amplió el margen de maniobra por parte de los inversionistas para conseguir ganancias.

Esta configuración histórica de la industria asentó las bases de la explotación del producto cultural, el antecedente para la transformación de algo intangible en valor, cada innovación en la cadena de producción como forma de llegar a nuevas formas de capitalizar y de renovar el modelo. Dicho esto, lo que representó un lapso prolongado de tiempo en la realización se reduce de manera considerable con la sofisticación³⁰, se puede vislumbrar que la mayor parte de la mejora en el cine está centrada en lo tecnológico y con relación directa en la eficiencia.

La industria cinematográfica de la primera mitad del siglo XX introdujo al instrumento paulatinamente para convertirlo en la regla de uso, ese que Adorno y Horkheimer (2003) advertían sobre su peligro en la estandarización masiva para relegar al realizador, que a pesar de ser primitivo en su desarrollo, entendían una posible expansión y por tanto una reestructura en la forma de comprender y apreciar la cultura. Para avanzar en el desarrollo, considero que un punto de inflexión que acelera los efectos especiales en los filmes es el del capitalismo cognitivo (Zallo, 2016) y desde este punto se centrará la discusión en torno a la industria cinematográfica.

Establecidos los medios de comunicación masivos, adaptados los distintos modelos de negocio que cada uno representan controlados por el Estado, la llegada de las políticas neoliberales para solventarlas, así como la inminente caída del bloque socialista (Harvey, 2006) reconfiguraron el escenario mundial y se presentaron las condiciones para darle valor al conocimiento a través de la innovación dentro del ciclo de producción, dando paso al capitalismo cognitivo. La industria cinematográfica vio un aliado para expandir sus productos, así como

³⁰ Si revisamos los primeros filmes, las grabaciones eran espacios muy acotados y encerrados dentro del propio instrumento con pocos detalles técnicos, conforme avanza la industria se amplía el universo de posibilidades para la realización de películas, se facilitan las condiciones para mayores maniobras antes, durante y después de la propia grabación. Asimismo, hay obras que sin la sofisticación técnica no hubiera sido posible su producción

lograr una estructura mundial que contribuyera a la aceleración tecnológica en el proceso.

En este lapso de tiempo, la propagación del libre mercado, el paso a la privatización de cualquier industria, solventaron un modelo de negocio global, en el que se impuso una lógica hegemónica principalmente estadounidense, así como un desarrollo paralelo en innovación con puntos de encuentro en la contribución del capital entre industrias (Rubio, 2006), en la que el trabajo cada vez más especializado plasmado en lo tecnológico, dieron velocidad a la innovación dentro de la cadena de producción de películas.

En lo visual el predominio de los efectos se transformó radicalmente, el abanderamiento por parte de los grandes estudios en sus producciones y las mejores técnicas son evidentes³¹, se dio paso a una nueva forma de mercantilización basada en la técnica. El trabajo vivo artesanal que se encargaba de realizar los efectos de sonido con herramientas arcaicas que resultaban en una inversión de tiempo muy amplia, fue excluido por las facilidades tecnológicas de realización como la digital (Vercellone, 2016), en el que velozmente fungieron como repositorios de conocimiento histórico y que facilitan la explotación desde la producción.

Esta renovación en el sensorium basada en lo técnico dio paso a producciones novedosas, solventaron un ahorro de trabajo así como la explotación en todas las partes del proceso, quedó atrás el grupo de dibujantes que repetía una y otra vez el trazo para llegar al desarrollo de unos segundos de la caricatura, gracias a lo digital se contrajo el proceso y el número de mano de obra reunida (Zallo, 2016). En la propia apertura del libre mercado, el capital encontró maneras para invertir

³¹ La recreación de mundos inexistentes presentadas en películas cada vez es más sofisticada, lo que en algún momento fue escenografía hecha por el trabajador artesanal, ahora se convierte en un software que permite recrear cualquier imagen a través de una pantalla azul, de esta forma la grabación ya no tiene que ser físicamente en algún lugar del mundo, sino en un set que va a representar digitalmente un espacio de forma acelerada.

en innovación de diversas industrias, parámetros globales que retribuyeran a los negocios en los que está presente su dinero³².

Desde la capacidad para estar prácticamente en cualquier lugar que presente las condiciones mínimas de explotación, el capital establece desde lo global la forma en la que se comercializa cualquier producto (Bauman, 1998), por lo que en la industria cinematográfica adaptan y moldean ese proceso. Nuevas posibilidades, suma de conocimientos a lo largo y ancho, así como una élite con miras de explotar hasta el mercado más recóndito del planeta, dan un giro acelerado a la cadena de valor de los productos simbólicos.

Desde lo global se imponen reglas para dejar atrás el trabajo artesanal y hacerlo trascender en lo digital, la tecnología de los efectos especiales supeditada a esa dinámica vio en la Nueva División Internacional del Trabajo (NDIT) una serie de posibilidades de desarrollo. El trabajo vivo internacional se interconecta para ensamblarse en cualquier mercancía (Fuchs, 2015), así que el filme es producto de una serie de esfuerzos innovadores, concentrados y capitalizados por un gran estudio que los emplea. .

La entrada del capital transnacional dentro de la industria de la cultura y en específico del cine genera repercusiones dentro de lo local, bajo la idea del progreso se establecen narrativas de legitimidad para su llegada, tales como la de generación de empleo. A simple vista, el beneficio es para el territorio que permite la inversión extranjera, pues pareciera que la riqueza de inmediato se materializará y el bienestar será tangible, una articulación muy bien cimentada para la explotación.

Con la NDIT aplicada a la industria de la cultura y en específico en la cinematográfica, podemos enunciar que el producto almacena y suma todo el

³² Es común en nuestros días ver que los capitales transnacionales se encuentren presentes en diversas industrias, desarrolladores como Sony además de participar en superproducciones dentro de los filmes está inmiscuido en la innovación de videojuegos, a simple vista parecieran inversiones separadas, pero dentro del uso de la tecnología una complementa a la otra con su injerencia en procesos internos de realización, ya que facilita las condiciones de explotación de dichos bienes simbólicos. En cuestión de efectos especiales el auge que tuvieron los videojuegos dieron un alcance mayor a las películas (Rubio, 2006)

trabajo realizado de distintas partes del mundo, la ruptura en el espacio se concreta para aminorar costos de producción. Paralelamente, se desarrolla el conocimiento y en el filme se concentran, la grabación en un estudio de EUA con lo último en innovación tecnológica (Aprea, 2009), el desarrollo de software de efectos especiales en la India (Fuchs, 2015), el ensamblaje en el sudeste asiático (Rubio, 2006) y la exhibición por todo el mundo a cargo de un centro cultural hegemónico como Hollywood (Fabio, 2013).

En esta posibilidad que apertura la NDIT fomenta que los efectos especiales sean cada vez más detallados, el trabajo que en su momento fue artesanal³³ ahora se plasma en lo digital, gracias a desarrolladores o informáticos se incorpora el conocimiento en un programa, en un software que contenga históricamente lo hecho para aminorar el tiempo y los gastos en la realización en el presente. Podemos ver estas dinámicas en las últimas producciones de *Star Wars*, donde gran parte de las grabaciones ocurren en el stagecraft³⁴, lugar en el que se generan mundos y entornos nuevos en cuestión de minutos, desde la producción se ahorra tiempo en la realización además de brindar representaciones cada vez más pulcras.

Se eliminan todos esos trabajos artesanales que se encargaban de la recreación de escenografías, desde los encargados de solicitar el permiso para grabar en un determinado territorio hasta los técnicos que revisaban que las locaciones fueran las idóneas para poder desarrollar la historia, con estas nuevas formas de aplicación de los efectos especiales, la optimización en muchos rubros se plasma y convierte el negocio en nuevas formas de explotación.

³³Cabe mencionar la existencia del trabajo artesanal en rubros importantes dentro la producción cinematográfica, aquellos en los que se emplea una cantidad de tiempo considerable y dependen directamente del contrato humano. Los rubros como el maquillaje, vestido, peinado, las y los guionistas, entre otros, aunque exista un avance tecnológico su presencia es indispensable para la realización de películas, su participación es elemental para recrear historias, por lo que este tipo de trabajo no puede ser invisibilizado.

³⁴Es un set que recrea escenarios en 3D que permite a los realizadores mediante un software y la realidad virtual hacer correcciones de lo que se está grabando en tiempo real, además que conforme la cámara se mueve la imagen se adapta al enfoque. Esto evita llevar la imagen a la etapa de posproducción en creación de efectos, un ahorro de tiempo entre fases en la producción gracias a lo digital.

Empero, el que los grandes estudios apuesten 59 millones de dólares en promedio por película en la implementación de efectos especiales (Fabio, 2013), no quiere decir que sea la fórmula adecuada y única para extraer la ganancia de inmediato, entonces ¿por qué invertir en el conocimiento acumulado?

En primer lugar, hay que precisar que si bien la industria cinematográfica utiliza el software como forma manipulable para el desarrollo de películas, no todas las producciones utilizan la misma cantidad de dinero en sus presupuestos, esto varía de acuerdo a las posibilidades que tienen para ser combinadas con otros elementos como el marketing (Miege, 2008) y por tanto, de generar una mayor expectativa desde lo visual. Se invierte en fórmulas comprobadas de éxito tanto narrativas y visuales, la propia configuración de la industria como sistema se relaciona con otros giros para solventar gastos y garantizar la solvencia desde la realización al bien simbólico.

Esta implementación del software en la industria refiere Martínez (2018), se estrecha con el éxito en las taquillas, pues de las 50 películas con mayor recaudación dentro de las salas de exhibición existe un empleo muy alto de los efectos especiales, tales como el *Computer Generated Imagery* y *Motion Capture*, por lo que según el autor es parte central de la creación y éxito de la película. No obstante, atribuirle todo el triunfo taquillero al mero empleo del software sería erróneo, al igual que decir que con la venta de boletos se consigue la inversión más la ganancia para los estudios que la promueven³⁵.

El embellecimiento técnico de la película si acaso, favorece o incide en su comercialización acelerada que sumada a las condiciones sociohistóricas de globalización se fortalecen. Hacer visualmente más atractivo un producto es parte del modelo de negocio de los grandes estudios, es un valor agregado que hace más fácil su venta, no solo en cuestión de boletos, sino en los distintos medios que

³⁵ Según Fabio (2013) la recaudación principal de las películas no se encuentra en el cine, sino que éstos funcionan como trampolín para llevarlas a distintas plataformas de mercadeo posterior a su exhibición, de la recaudación total en taquillas el 50% está asegurado para los grandes estudios por la comercialización lo que deja el otro 50% para cubrir los costes de inversión. Al funcionar este modelo de ventas, muchos filmes que fracasaron en taquilla no alcanzarían a cubrir ni siquiera el gasto en producción.

están dispuestos a exhibir la película o en su defecto a promocionarla, es decir, los efectos visuales tienen un papel preponderante en la industria cinematográfica como valor de cambio en su mercantilización.

Así se reafirma, cómo a raíz de la imposición del capitalismo como modo de producción predominante en el mundo, se vieron incrementados exponencialmente los fondos en Hollywood para desarrollo e innovación de efectos especiales de 5 a 40 millones en promedio (Martínez, 2018) pues éstos facilitan las condiciones para que los grandes estudios obtengan ingresos de los distintos mercados en los que se conectan. La mejora visual se convierte en un aliado no solo para la exhibición del producto, sino para su uso en otras técnicas de difusión que abarquen más públicos y tácticas que reditúen en el periodo de vida de la película.

De igual manera, esta inversión en efectos especiales garantiza que el parámetro de realización se estandarice, no se puede aceptar menos para el que participe en la creación de películas, al menos globalmente, lo tecnológico aplicado en lo visual se convierte en un elemento diferenciador. Así los grandes estudios internacionales protegen su inversión, mantienen por medio de su cadena de montaje que el grueso de filmes que se produzcan alrededor del mundo cumplan con los requisitos que ellos mismos decidieron, ejercen un control simbólico sobre los competidores.

Difícilmente un filme triunfará sin el software de efectos especiales³⁶, incluso competir se complica, pues para obtener la inversión el productor y su historia deben de cumplir con los parámetros que la industria impone, de lo contrario la élite que realizó las reglas del juego lo desecha. En esta apuesta hacia la mejora técnica de los programas de computación y que da paso a lo digital, mantiene a

³⁶ Los filmes independientes son una alternativa para el modelo comercial predominante en la industria, en ellos a través de diversos mecanismos como el software libre, las casas productoras reducen radicalmente sus inversiones. Por su parte, existen filmes que encuentran su vitalidad en las inyecciones económicas por parte del Estado y con eso pueden competir internacionalmente, en los últimos años la industria en Nigeria es un ejemplo de esas dinámicas (Ribero, 2006)

los grandes estudios como predominantes y con un gran control en el ciclo de producción dentro de la industria cinematográfica.

El control y predominio que tiene el capital transnacional a propósito del uso tecnológico es tan amplio, que en algunos casos flexibiliza o abre al público los programas con los que se producía, esos que en su momento fueron innovadores y quedaron obsoletos ante el nuevo repositorio de conocimiento. Tal es el caso de Disney que hizo gratuito el software que utilizó para animaciones como Toy Story, pues con la adquisición de Pixar habían llegado a nuevos instrumentos de desarrollo (Quintana, 2017), pareciera que facilitó las condiciones para que otro tipo de productos se pudieran realizar y que todos tuvieran las mismas oportunidades.

Siguiendo la lógica en la cual en el capitalismo cognitivo las industrias extraen el conocimiento para posteriormente privatizarlo y capitalizarlo, la apertura de este tipo de programas reafirma el papel entre actores, la élite ejerce su dominio contra los que intentan llegar al mismo. En segundo lugar, dentro del mismo manejo del instrumento puede existir una innovación por parte de los usuarios que contribuya al modelo de negocio, y así ser cooptada, debido a que el software de animación pertenece a la empresa, en este caso Disney es el ganador en todos los posibles escenarios.

En la utilización acelerada del conocimiento en la tecnología, lo que fue el trabajo artesanal en la recreación de efectos especiales pasa a ser digital y facilita las condiciones de explotación en la cadena de producción de las películas. En lo intangible queda esa especialización por parte del trabajador, es la empresa la que asume el beneficio directo del trabajo que hace más eficiente el repositorio tecnológico, llega a condiciones inmejorables para emplear el detalle técnico, son los creadores del instrumento en asociación con los grandes estudios los que se enriquecen.

Hay que mencionar las adquisiciones del capital sobre consorcios como los efectos especiales, son necesarias dentro de la industria cinematográfica, pues las

concentraciones además de facilitar el desarrollo de películas, estimulan procesos de financiarización, cotización en la bolsa y control (Miege, 2018), otra fuente de ingreso para los grandes estudios cinematográficos. En los puntos de encuentro con otros giros, los efectos especiales se nutren dialécticamente, lo que representó una innovación dentro de la producción de películas puede convertirse en la de videojuegos, es tan necesario el uso de la tecnología que se fortalecen estructuras a propósito de su implementación.

En resultado a dichas dinámicas, los grandes estudios adquieren este tipo de proveedores en innovación tecnológica, porque concentra un mayor control y beneficio en la cadena, dichos desarrolladores pasan a formar parte de la gran industria. Cada nueva tecnología es capitalizada por las empresas debido a las patentes (Maniglio, 2016), se afianza el poder de quien la desarrolló y se generan nuevas posibilidades de venta de esa tecnología especializada para el resto de competidores, engloban el proceso desde las distintas vertientes, lo vigilan y venden para una mayor explotación.

La industria es tan amplia que lo que representa una forma acelerada de producción de películas enfocada en el detalle técnico, se convierte parte de otro giro como el de la comercialización de tecnología, puede decirse que al plasmarse la innovación dentro de un bien simbólico, éste también pasa a ser un objeto que se inserta en el mercado y que si quiere ser usado, los grandes estudios que no lo poseen tendrán que pagar por su uso. Es decir, se desentraña por qué los efectos especiales han sido un elemento de mejora histórica y que representan un gasto alto e incluso necesario dentro de las superproducciones a nivel mundial.

Por último, al hablar de aceleración tecnológica dentro del proceso de mercantilización en la industria cinematográfica, se puede notar que los efectos especiales aunque son predominantes en la producción no son la principal fuente de ingreso de las películas, las grandes incorporaciones técnicas no son las que aseguran la recepción en los consumidores. Aunque el uso de ellas facilite condiciones para el ahorro de tiempo, no son el único valor agregado de triunfo,

aún falta encontrar sus interrelaciones y enunciarlas para tener un panorama más completo.

Aunque se materialicen formas aceleradas de producción en las películas estadounidenses, en las que existen un 300% más de productos por año en comparación a los años previos a la globalización (Rubio, 2006), no son éstas formas tecnológicas por sí solas las que inciden en el triunfo de la industria, entonces, ¿para qué sirve producir mucho si no todas tienen el mismo éxito en taquilla?, ¿son los efectos especiales digitales la principal fuente de ahorro para el capital y por tanto, lo importante del negocio?, ¿dónde se encuentra la parte medular de ingreso en la mercantilización incidida por la aceleración tecnológica?

3.3 Exhibición multipantalla: el triunfo acelerado de la mercantilización

La industria cinematográfica nos ha abierto una serie de posibilidades en nuestro día a día, desde visualizar universos paralelos que surgieron en la mente de alguna persona, historias que se plasman en el consumidor y que nos permite mirarnos a través del otro, en este caso del protagonista, hasta escapar de lo que ocurre en el entorno. Infinitas son las apropiaciones que se pueden hacer respecto al cine, miles son los mitos que giran alrededor del mismo y todo pareciera estar al alcance de nuestras manos.

Hemos visto con el desarrollo tecnológico una transformación en el cine, que con su implementación se han tocado niveles nunca antes vistos en la producción con imágenes más desarrolladas, llenas de detalles técnicos para tener representaciones fidedignas y estéticas que renuevan al propio producto. La industria ha encontrado un modelo de negocio revitalizado, ha visto en lo tecnológico una serie de posibilidades para abarcar nuevos públicos y que éstos se encarguen de comprar sus productos.

En la ruptura del tiempo y espacio que presenta la etapa neoliberal, el usuario de alrededor del mundo ha alcanzado un margen más amplio dentro de sus

consumos, en la inmediatez del intercambio de información global ha renovado su comprensión del entorno y su relación hacia los productos culturales. Dentro de la propia instrumentación, ha asimilado rápidamente una serie de modificaciones tecnológicas que le han sido vendidas como pioneras, no le es ajeno el procedimiento y encuentra en el mismo lo que desea.

Una nueva historia, una narrativa o un acercamiento con el instrumento hoy es posible en cuestión de segundos, en los procesos de digitalización por los que atraviesa el mundo globalizado, el negocio cinematográfico no solo adapta sus formatos desde la producción en el conocimiento acumulado, sino encuentra nuevas vías para la exhibición. La amplitud, dominio y modelo de negocio del cine se afianza ante la rapidez, encuentra en la inestabilidad del propio capital su triunfo para reeditar en el intercambio de paquetes de información.

De manera simultánea es posible ver un estreno de la última película de superhéroes en México o Nueva Zelanda, es indistinto el territorio para la industria cinematográfica, así como de presentar su amplio catálogo y de reafirmar su poder. La esencia del cine en su exhibición como los multicinemas, pareciera a simple vista que es el punto central del negocio, que en dicho espacio es donde se reedita para los grandes estudios, en el que solamente la velocidad alcanza para llegar a todas las salas alrededor del mundo y de acuerdo a la aceptación en los públicos depende el retorno de las ganancias.

Sin embargo, la apuesta en la exhibición va más allá del lugar por excelencia como lo son las salas de cine, el circuito de salida es un lugar intangible más amplio, pues ante la velocidad y momentos coyunturales se establecen nuevos acercamientos con el consumidor, como llevar el producto cultural a la comodidad de su casa. En estas circunstancias, se puede encuadrar lo sucedido a propósito de la pandemia provocada por la COVID-19, que fue un elemento incidente para el crecimiento de las plataformas de *streaming* y que solventó la estructura, en dicho negocio con lo hecho previamente por la industria de la cultura.

Inmersos en dicha situación contextual, algunas empresas a raíz de la pandemia migraron velozmente a lo digital, entendieron el negocio debía de adaptarse a las

lógicas que el entorno exigía, en el que el consumidor al estar en casa tenía la posibilidad de acercarse a todo tipo de contenidos, por lo que era necesario acelerar lo que se podía ver y mantener al público en ese estado para asegurar su éxito. Múltiples son los ejemplos en las que el molde de ganancias se trastocó, en el que los bienes culturales fueron adaptados ante un consumidor que veía incrementado su tiempo con el instrumento tecnológico, que dicha situación alteraba su modo de vida y el acercamiento con la industria.

La industria deportiva vio la posibilidad de exhibir su oferta de una nueva manera, al comprender que el sujeto se encontraba en casa dieron un vuelco ante lo conocido, lo que en algún momento era un entretenimiento de fin de semana, ante esta realidad fue de todos los días. Extendieron la agenda y ocuparon mayores espacios³⁷ para que se incrementara la posibilidad de cooptar a las audiencias, en esta apertura del tiempo propiciada por la contingencia, los bienes culturales aunque eran lo ya conocido se inmiscuyeron en nuevas dinámicas para conservar su vigencia.

En este tipo de entretenimientos en vivo, no se multiplicó la oferta, sino que se reordenó aceleradamente a propósito de la pandemia, se trató de seguir al máximo los modelos tradicionales de calendarización y le dio un valor distinto a las audiencias en distintos momentos de la semana. Es menester esperar a ver los resultados-ganancias de dichas modificaciones para conocer si éstas se convertirán en lo común³⁸, especular sobre dicha situación eliminará de la perspectiva la enunciación que aquí se pretende.

³⁷ Por primera vez en su historia la NFL tuvo transmisiones de sus partidos durante todos los días de la semana, es cierto que ante los contagios de la COVID-19 algunos partidos fueron reprogramados, pero dicho ajuste en el calendario también permitió estar presente en un periodo más amplio de tiempo. En las principales ligas del mundo dentro del fútbol han encontrado en el nuevo modelo de exhibición una salida para atraer a los consumidores y posibles suscriptores, ya que a diario ofertan un encuentro deportivo, situación que anterior a la pandemia no ocurría.

³⁸ Cabe mencionar que en los espectáculos en vivo como los deportes hubo una serie de inversiones extras para que se desarrollara en medida de lo posible el calendario. Protocolos de sanidad, gastos en movilidad, medidas de aislamiento, incluso "burbujas" o sedes permanentes de partidos, generaron una serie de interrogantes en los empresarios sobre su posible retorno, pero que incluso invertir más era necesario que detener el ciclo y sufrir millones de dólares en pérdidas al no realizarse la temporada.

De igual manera, otra arista de la industria de la cultura en la que la pandemia fungió como punta de lanza en la aceleración tecnológica de los productos culturales, fue el de las plataformas en *streaming*, pues éstas no solamente encontraron la vitalidad en la pandemia, sino acapararon al consumidor que se resguardaba en casa. Ante la necesidad de suplir las actividades que anteriormente se realizaban, la demanda de horas de entretenimiento y ocio se incrementó velozmente, por lo que se puede decir en primera instancia, que las plataformas digitales de videos cumplían con todos los requisitos para ser contratados.

El movimiento que sufrió la industria de la cultura en muchos de sus pilares como el cine, llevó a otro plano el consumo de dichos productos, la ausencia de los públicos en las salas fue capitalizada inmediatamente por la oferta dentro de las plataformas de *streaming*. Ante la modificación en la ocupación de horas durante el día por parte de los consumidores abrieron la posibilidad, encontraron una salida para el ocio, vieron en el instrumento una forma de satisfacer ese rubro, nuevos públicos se adhirieron y los ya existentes se reafirmaron ante el contexto, el estado de emergencia dentro de la industria de la cultura fue un vector de aceleración para el consumo.

Desde lo económico se encuentran datos que son sumamente importantes de resaltar para visibilizar el éxito del instrumento digital ante el confinamiento. En lo que concierne a las acciones de Netflix vieron un incremento en la bolsa de valores de cerca del 50% durante el año 2020, lo que se ve representado de manera clara con el costo de 484 dólares por acción y que en comparación con finales de 2019 son 160 dólares más (Castañares, 2020), desde lo cuantitativo se ve cómo la pandemia disparó el valor del consorcio transnacional.

Esto desde lo macro, en la cotización que se genera a nivel mundial, pero que tiene su sustento en el número de usuarios que decidieron suscribirse a dicho sitio, en la demanda que tuvo la plataforma. En tan sólo un año vieron un incremento de cerca de 7 millones de usuarios en comparación con el anterior

(Castañares, 2020), si bien existen muchos factores, la pandemia fue un detonante para que el *streaming* alcanzara niveles históricos.

Es necesario destacar el papel de lo digital dentro de la industria de la cultura en una etapa de coyuntura, como lo es la pandemia propiciada por la COVID-19 alrededor del mundo. Dichas implicaciones modificaron sustancialmente los actores preponderantes dentro del ciclo de producción de los productos culturales, nuevos consorcios digitales reafirmaron su papel predominante económica, política y socialmente a nivel mundial, multiplicaron sus ganancias así como su permanencia dentro de los públicos.

El modelo de negocio digital se vio potenciado ante una crisis inesperada a nivel mundial, las reglas del juego si bien existían se convirtieron en la norma y marcaron el encuadre bajo el cual se sometió a la industria de la cultura. El ciclo de producción encontró su sustento en el elemento técnico, ante la necesidad de no detener el funcionamiento, lo digital permitió que el capital no dejara de fluir, que encontrara su vitalidad en los nuevos flujos e intercambios de información, en este caso los bienes simbólicos.

La incidencia de la aceleración tecnológica se materializa ante la contingencia, por lo que para términos de este desarrollo se presentaron de manera descriptiva algunos síntomas que se consideran claves en la forma que se vieron envueltos los productos culturales y principalmente las dinámicas que los solventaron dentro del modo de producción a propósito de un estado de emergencia. Esto con la finalidad de tener un primer acercamiento ante una posible investigación en un futuro, visibilizar las bases de los logros por parte del capital al migrar de lo analógico hacia lo digital y en el que se inmiscuye a la mercantilización como un proceso redituable en la industria de la cultura que se modifica o permanece ante un estado de excepción como la pandemia.

Por lo planteado en los párrafos anteriores, es necesario reafirmar que la exhibición en los multicinemas es un engranaje más de la maquinaria de la industria cinematográfica, de apostar únicamente por la distribución en un solo canal presenta distintos riesgos al capital, se acotarían las posibilidades de éxito y el

tiempo de vida del grueso de la oferta que se realiza. Pocos serían los filmes que reeditarían en la industria, en algunos casos apenas y cubrirían los gastos de inversión, se produciría para tener lo mínimo en el retorno (Fabio, 2013), entonces el modelo de negocio de la industria cinematográfica estaría enfocado en la apuesta de recepción en taquillas y de no lograrlo, estar condenado al fracaso.

Empero, ante los procesos actuales de digitalización por lo que atraviesa el cine durante toda su cadena de valor, encuentra una serie de oportunidades para la distribución, más espacios para tener puntos de venta y por tanto, mayores salidas de las películas que se realizan. Las salas de exhibición se convierten en primera instancia en un trampolín de exhibición que potencia al resto de pantallas en las que se puede mostrar al producto (Rubio, 2006), la multipantalla es la parte medular del negocio para los *Majors*, el de las ganancias aceleradas.

La industria cinematográfica históricamente busca puntos de salida de sus productos, con el establecimiento de los medios de comunicación masiva han sido un punto de venta de diversas películas, éstos al no especializarse en la realización de filmes requieren del cine para cubrir su programación. Al ser productos estandarizados se integran a los circuitos de exhibición masificados (Aprea, 2009), la televisión como primer salida expande las posibilidades para encontrar nuevos públicos de los filmes realizados.

De los años 50 a los 80, la reproducción de los filmes en este canal de exhibición era paulatina, no toda la oferta tenía salida y los medios que adquirirían los bienes simbólicos eran limitados. De manera inevitable, la cuestión del tiempo y espacio limitaban el acceso a otros mercados, la consolidación de la industria cinematográfica a nivel mundial aún no se materializaba, el imperialismo cultural hollywoodense aún no era latente a lo largo y ancho del planeta, su participación en nuevos territorios apenas comenzaba y no era preponderante.

Además, en el periodo de transición del capital con la llegada del neoliberalismo y por el cual un puñado de industrias sufrían crisis económicas, tales como el cine (Aprea, 2009) se gestó un nuevo modelo dónde la apertura de la oferta en

distintos canales de exhibición, revitalizaron las ganancias. Con la implementación de políticas mundiales acordes a que el capital se estableciera en cualquier parte del mundo, el cine tomó un impulso importante para encontrar el éxito acelerado en la multipantalla.

El beneficio inmediato que trajo consigo la ruptura en el tiempo y espacio, así como el intercambio indiscriminado de paquetes informacionales a lo largo y ancho del mundo (Ianni, 1996) fue visible en la cadena de producción de películas y centros culturales transnacionales. La probabilidad de vender, atacar nuevos públicos se materializó, las condiciones sociohistóricas apoyadas en los nuevos procesos tecnológicos mostraron un modelo de negocio que incrementó velozmente las ganancias para los grandes estudios.

En taquillas, la hegemonía cultural por parte del capital materializado en la industria estadounidense fue tangible, la exhibición de filmes hechos en dicho país se consolidó alrededor del mundo, su oferta se impuso, pues abarcó el 70% del tiempo en salas de cualquier territorio en el que se encontraba presente, mientras el resto de la competencia internacional ocupaba un 5% y lo local un 25% (Fabio, 2013), las salidas a través de los multicinemas para los grandes estudios fue avasallador y un punto de inflexión para establecer su dominio cultural.

Con la apertura del capital mundial, era menester incrementar las producciones, por lo que la innovación y desarrollo tecnológico fueron fundamentales para llegar a dicha encomienda; ante la necesidad de mantener el control sobre el resto de la competencia, la oferta se produjo velozmente, abarcar a los nuevos públicos y mercados, al menos en cuestión de espacio dentro de las salas de exhibición se cumplió. Los éxitos mundiales estadounidenses fueron cada vez más visibles así como el papel predominante de la industria cinematográfica en los multicinemas mundiales³⁹.

³⁹ De las cincuenta películas más taquilleras de la historia, se puede notar que todas son producidas durante el periodo de globalización (Martínez, 2018), su éxito está altamente incidido por las condiciones sociohistóricas por las que atravesaba el mundo, de esta forma se reafirma que existen más elementos que los efectos visuales para lograr una recaudación importante durante su exhibición.

La coaptación del mercado en cuestiones de exhibición por parte de la industria hegemónica como la estadounidense, es tan solo una primera etapa, como se ha mencionado las ganancias producidas en las taquillas en costes reales no alcanzan a cubrir la inversión inicial de las películas, aunado en algunos casos, a la poca aceptación por parte de los consumidores hacen que el modelo de negocio busque la apertura, distintas salidas de los filmes para reeditar.

Es decir, las películas, al estar sometidas a una cadena de producción acelerada en su exhibición en cines, reducen su periodo de vida, dependen de la recaudación durante su primer fin de semana para asegurar su permanencia en la cartelera, en la velocidad que fue aliada en la producción, la mayoría encuentra en la distribución una barrera tangible para el retorno económico, ¿dónde quedan esos filmes que no tienen la recepción esperada en el consumidor? ¿Cómo la industria solventa esas posibles pérdidas?

Previo a la llegada de la globalización, solamente cada tres de diez películas veían el retorno de su inversión durante la primera etapa de exhibición (Fabio, 2013), una tercera parte era la que solventaba mediante su permanencia en taquilla tan solo el capital de realización, las otras dos partes de producciones tenían que buscar otras salidas como la televisión o en su momento el VHS, que le permitieran llegar al objetivo mínimo de ganancias.

Radicalmente se modifica el modelo de negocio preponderante desde el inicio del cine, las salas de exhibición que han sido el pilar histórico de distribución de filmes ante la reducción de las tasas de ganancia propios de la crisis del capital de los años 80, apostaron por nuevos espacios de salida para los productos, no bastaba con la extensión en cuestión de números de salas internacionales para potenciar consumos, sino de elementos que atendieran a una estructura económica que asegurara el grueso de producciones.

Es decir, el modelo tradicional de inversión previo a la globalización que tenían los grandes estudios se solventaba en los posibles triunfos taquilleros, en películas con mayores oportunidades de tener impacto en los consumidores, que

complementaran su exhibición con valores agregados como la vistosidad a través del marketing y la publicidad (Rubio, 2006), en el momento en que el mercado encuentra un crecimiento acelerado, se adaptan medidas acordes a una mayor explotación en todas las partes de la industria cinematográfica.

Ahora bien, enunciada someramente la forma de distribución de los filmes durante los primeros años del cine, se puede vislumbrar la metamorfosis del capital por consolidarse en diversos medios, en el que gracias a alianzas se afianzaron formas tradicionales de consumo y que incluso algunas siguen hasta nuestros días, tales como la distribución en tv con estrenos posteriores a las salas de cine y que mantienen la vigencia del producto, ¿qué cambia sustancialmente ante los nuevos canales de circulación acelerada?

La migración que ocurre hacia lo digital es el punto de inflexión y de modificación del modelo de negocio, es el sustento mediante el cual las políticas internacionales cumplen con los requisitos para lograr el intercambio de paquetes informacionales, de encontrar la facilidad desde lo técnico para llegar a las carteleras de otros países en una menor cantidad de tiempo. Sin la producción rápida, sería complicado abarcar tiempos que mantuvieran las tendencias de un centro cultural hegemónico, además que los nuevos formatos de realización se hicieron más baratos y sencillos al circular (Fabio, 2013), es decir una dialéctica que en primera instancia mantiene un posicionamiento dominante sobre el resto sin necesariamente llegar a un consumo que reditúe.

Se necesita sostener desde la producción de películas un constante dominio sobre los mercados a los que se expande, no dejar escapar desde la oferta a posibles consumidores, en el ciclo de consumo dar un lapso de tiempo para que se arraigue el producto y se pueda reiniciar. Es decir, ante la velocidad de realización de nuevos títulos es menester cuidar los nichos en los que se establece, dotar de “novedad” los contenidos dentro del catálogo global para defender el dominio cultural.

En esta transformación digital, el periodo de vida de las películas se acorta, por lo que al estar inmersas en una constante aceleración tienen que encontrarse distintas salidas para la exhibición, el papel de la mercantilización se extiende a otros medios. No todos los filmes triunfan en la taquilla, algunos son fácilmente reemplazados, pareciera que el ciclo se termina y las pérdidas se hacen evidentes, sin embargo, los grandes estudios encuentran en la globalización las bondades para reincorporarlos a nuevos procesos que les permitan llegar a las ganancias.

Por su parte, se da la reconversión acelerada hacia lo que representa el núcleo de retorno más importante de la industria, en el cual ataca nuevos públicos, presenta su amplia oferta y da salida a una serie de oportunidades para que el capital encuentre movimiento constante: la multiplicación de puntos de venta. La conglomeración de nuevos medios internacionales potencia el modelo tradicional, le da un impulso a la forma en la que se distribuían los contenidos, se amplía el espectro para incidir desde lo global en desarrollos locales de comercialización de filmes.

Se logra la reproducción de los bienes simbólicos de forma más fácil, en la que llegan a cualquier parte del globo sin ningún reparo, por lo que los *Majors* utilizan este elemento para afianzar el nuevo modelo de negocio y se solventan formas que facilitan la comercialización. En esta imposición desde lo global, los centros culturales hegemónicos no solo inundan con su oferta las salas de exhibición, dan paso a la eliminación paulatina de la competencia nacional, la máquina mundial arrasa con lo local (Fabio, 2013).

Es decir, ante esta primera etapa de acaparar los centros de distribución, la industria encuentra facilidades para lograr la apertura, para no solamente llegar a los grandes públicos, sino a los medios masivos que están dispuestos a pagar por obtener el filme novedoso. En este doble triunfo, la industria solventa el negocio completo, se le da un valor agregado a lo que se produce como la regla del mercado en cuestión de producción y le da salida a los filmes que no van a encontrar réditos generosos en la taquilla.

Pero al hablar de ventanas de exhibición en grandes medios, es necesario destacar en qué consisten y cómo se adhieren al modelo de distribución para hacer redituable la mayor parte de la cadena de producción. Son nueve las oportunidades para vender una película en la globalización, nueve pantallas en la que los *Majors* buscan redituar a través del producto cultural: los cines nacionales y extranjeros, la distribución en físico nacional e internacional, los canales de televisión por paga local y global, la televisión abierta e independiente y recientemente el *streaming* (Rubio, 2006).

En un periodo de tiempo muy corto es menester para los distribuidores el mantener la vigencia del producto, el paso de un canal a otro debe ser lo suficientemente cuidadoso para estrechar el ciclo y llegar a la repetición del mismo. Al ser un todo dentro de la industria cinematográfica, el modelo debe de aminorar las posibles pérdidas y llegar a las ganancias, en cada filme se extiende o acorta el periodo para atacar nuevos públicos y principalmente vender a los grandes medios los derechos para su exhibición.

Se ejecutan diversas estrategias que van acompañadas con cada distribución, los grandes estudios desde la realización del producto han acordado con los canales de venta la llegada del filme, especulan sobre posibles éxitos y la forma en la que se exhibirá (Fabio, 2013), se presentan las bondades que traerá consigo cada bien simbólico y se elabora un cartel con posibilidades de altos ratings para hacerlo más atractivo, de esta forma cada ventana conocerá las ventajas de comprar agregar esa película en su catalogo de transmisión.

De igual manera, se conforman paquetes de películas que no tendrán la misma demanda, éstas no se venden individualmente sino que se adhieren a otras que tendrán una mejor recepción, de esta forma se le da salida aunque indirectamente se paguen por ellas. La reutilización de productos culturales es fundamental para el establecimiento de los puntos de venta (Rubio, 2006), no desechar lo que se ha realizado, no permitir que sean obsoletos, sino mantener a la oferta viva como un

mecanismo de renovación en el que se paguen cantidades considerables⁴⁰ por los derechos de exhibición.

En los primeros ocho canales de circulación, la astucia de los *Majors* es fundamental para poder colocar su oferta como un elemento vigente. En los primeros dos circuitos correspondientes a los cines nacionales e internacionales la naturaleza de la propia industria no encuentra complicaciones para establecer su oferta, incluso funciona como trampolín para los grandes títulos que fácilmente se podrán adentrar en el resto de medios y para los demás como una forma de aminorar la inversión hecha.

Respecto a la distribución en físico nacional e internacional complementan la posibilidad de salida de los productos, en dichos canales puede haber un ingreso para solventar los gastos, que títulos sin tanta aceptación en taquilla encuentren en los nichos de mercado físico ganancias. En este rubro las estrategias de mercadeo son fundamentales para tratar de triunfar aunque sea el segundo nivel de circulación (Miege, 2008) lo importante es buscar consumidores y establecer desde los formatos DVD o Blue Ray sumas que lleguen a los objetivos planteados desde la producción.

Los últimos cuatro circuitos enfocados a los medios tradicionales como la televisión son el sostén del grueso de títulos que realizan los *Majors*, en ellos existe un mayor margen de maniobra para lograr la salida de las películas, además de ser una fuente de ingreso considerable. La amplitud de las televisoras nacionales e internacionales tienen un mayor número de canales en los cuales pueden difundir las películas, la demanda es más amplia y el estándar impuesto desde lo global en cuestiones cinematográficas dan mayores oportunidades de exhibición.

⁴⁰ Las cifras que reciben los *Majors* en cuestión de derechos de exhibición de los distintos puntos de venta son escasas, no existen cifras claras que desglosen los ingresos y las ganancias. Es tan amplio el negocio que se ajustan a contratos en diversos territorios y que en algunos de ellos no existen políticas para demostrar los gastos realizados. Éste puede ser un indicio para una futura investigación y encontrar los vacíos que encubren la etapa del proceso.

Ahora bien, ante lo digital hay un nuevo elemento que permite la reconfiguración en los canales de distribución de películas, que se convierte en un sector creciente entre los consumidores y representa una posibilidad más de expansión del filme. La industria del cine al articular el circuito de exhibición idea un lapso de tiempo para mantener el valor de cambio del producto, pero al haber un nuevo instrumento que engloba todas las facilidades, el modelo se acelera para llegar a distintas formas mediadas tecnológicamente entre los públicos y la película.

La oferta escalonada en sus canales tiene que adoptar nuevas formas, en promedio los 4 meses de exhibición en cines nacionales e internacionales, 2 meses más en formatos físicos como el DVD, 3 meses en descargas digitales y cumplido el año, la apertura para el resto de ventanas (Muela, 2016) y así dar paso a desechar el filme. En este modelo que encuentra un orden en la forma de distribuir el producto para llegar a las ganancias, ahora se alarga el periodo de vida de la película, pues la plataforma digital lo mantiene vigente como parte del catálogo a todos aquellos que se suscriban.

A diferencia de los otros canales como la televisión, el usuario no tiene que esperar a que programen la película de su agrado, sino acceder al dispositivo en el que se encuentra la plataforma a la que está suscrito, le da vida mediante su reproducción y además esta demanda incrementa el precio en la negociación con los grandes estudios si es que se quiere mantener en la oferta digital. La adquisición y exhibición en las plataformas digitales, afianzan el modelo de negocio digital por parte de los *Majors*, ven en el mismo un aliado para posicionar sus películas, para reinsertarlas en el ciclo de consumo rápidamente.

Es decir, a las plataformas por *streaming* como canales de exhibición recientemente insertos en el modelo de negocio, les conviene tener una mayor oferta atractiva a los suscriptores, por lo que los *Majors* encuentran más negociantes en dichos canales de distribución, amplían el espectro para la venta de sus productos. El mercado se incrementa exponencialmente a lo largo y ancho del mundo, las reglas y contratos los imponen los grandes estudios, pues al haber

una demanda más elevada deciden a que firma vender sus filmes o incluso crear su propia plataforma digital.

En este giro que ocurre de la sala de cine a la sala de casa, pone sobre la mesa el debate en torno a la exhibición de productos culturales y el papel que juegan las plataformas de *streaming* para generar una nueva manera de consumir, que convierte en obsoleto lo que conocíamos anteriormente y que inevitablemente culminará con la forma tradicional de exhibir películas. Empero, es una ilusión para los entusiastas de la técnica, pues el modelo de negocio tradicional se conserva e incluso se potencia con la introducción técnica, solamente se abren nuevas salidas que dan seguridad al capital inmiscuido en la industria de la cultura.

La estructura de los *Majors* es replicada en todos sus niveles, el valor agregado del instrumento aplicado en el *streaming* amplía los canales de salida en productos culturales y no necesariamente elimina al resto de circuitos, solamente ataca a otros públicos que se encuentran inmersos en el dispositivo. La distribución se mantendrá en la forma vigente desde la globalización con algunas consideraciones, no dejarán de verse películas en la televisión, así como no todos los consumidores llegarán a la plataforma al menos en el corto plazo, en las coyunturas parece que se da paso a estos consumos más rápidamente y sin reparo, un ejemplo de ello el de la pandemia analizada previamente.

Por último, los consorcios digitales ocupan nuevas funciones ante la distribución, las plataformas que eran solamente exhibidoras del producto cultural, se convierten en actores que incursionan desde la producción, inmersos en el modelo de negocio reconocen que su catálogo depende de un intermediario y por lo tanto, el control no les pertenece. Existe un peligro latente para perder rápidamente las películas que muestra, éstas pueden convertirse en menos número de suscripciones y por tanto de ingresos.

El modelo impuesto por los *Majors* se replica en lo digital, lo que en su momento era un canal de exhibición da paso a las producciones, a las inversiones en filmes propias, pero no alejados de la lógica dominante, sino como reproductora de lo

conocido, de lo aceptado por los parámetros de la industria cinematográfica. Tal es el caso de Netflix con públicos muy arraigados como el mexicano, hará una inversión de cerca de 300 millones de dólares en 2021 que se verá reflejada en 50 títulos exclusivos (Franciulli, 2021), lo que es una apuesta franca por alejarse del contenido de terceros y centrarse en hacer más atractivo su catálogo para nichos consolidados.

Además, la apuesta a este tipo de productos es que fácilmente se pueden comercializar en otros mercados latinoamericanos pertenecientes a la misma firma digital, las producciones propias convienen más que negociar por un producto ajeno, la empresa que anteriormente era aliada al distribuir sus filmes pasa a ser la competencia, el repositorio de productos culturales no necesita de los derechos de transmisión externos, sino de los mismos para mantener a sus suscriptores. La dinámica del modelo se potencia, lo que se transforma es la empresa que invierte en la producción, la distribuidora se ahorra 300 millones de dólares en negociaciones para retransmitir, ahora los invierte en realización de productos culturales que les pertenecerán y saben por el algoritmo que le gustará al público.

Es decir, la estructura hegemónica se consolida, las mismas narrativas, actores, equipo de producción e incluso hasta de directores⁴¹, la transformación radica en los inversores y en el control que se tiene del proceso. La distribución está solventada en el modelo tradicional, los canales de exhibición se encuentran abiertos y la exclusividad es tan subjetiva como decidan, la llegada a otros puntos de venta es una opción siempre y cuando cumplan con las expectativas económicas para adquirirlas, no hay fórmulas de éxito, hay procedimientos que incrementan las posibilidades para lograr grandes ganancias.

Por su parte, en esta contradicción los grandes estudios notan que también pueden encontrar problemas en la comercialización, que si bien lo digital ha traído

⁴¹ Un ejemplo muy visible de dicho fenómeno es la película *El Irlandés* (2019) dirigida por Martin Scorsese e interpretada por Robert de Niro y Al Pacino, figuras emblemáticas de Hollywood y que dieron paso a una producción exclusiva de Netflix. La diferencia es que la inversión no es hecha por los *Majors*, sino por una plataforma de streaming que controla todo el proceso y en su defecto exhibió por dicho canal el filme, además la industria tradicional de Hollywood en los Oscar premió la realización de dicho producto cultural, es decir la legitimó como parte del modelo de negocio.

una serie de oportunidades de abrir puntos de venta, también pueden ser una barrera, por lo que también hay una apuesta franca a la apertura de canales digitales, la propia exhibición revitaliza la reutilización, el negocio también reditúa con suscriptores y mientras lo hace, no se aleja radicalmente de ofrecer su mercancía en otras plataformas de *streaming*.

La oferta les pertenece, el control lo mantienen pues la maquinaria es suya, la producción es incesante, administran lo que históricamente les ha pertenecido, ahora buscan extender su dominio en el propio instrumento tecnológico, lo que fue un circuito más de venta ahora se convierte en el terreno de disputa. Si bien las ganancias son constantes en la exhibición, la técnica les permite tener un control más amplio, a predominar sobre el resto, en ampliar la explotación de la cadena de producción, generar más ganancias en un menor lapso de tiempo.

Los *Majors* participan en la ampliación del negocio, en la sofisticación técnica de los canales de exhibición encuentran la forma para colocar su catálogo como un beneficio para el posible consumidor, no se necesita de la plataforma digital externa, sino de la propia para colocar lo que han producido. Los consorcios hegemónicos en distribución apuestan por los sitios digitales propios como otro circuito, en los que la oferta que tienen encuentre vitalidad al darle salida en la exhibición que remunere con suscripciones, en la reutilización de sus propios productos.

El paquete que ofrecían de películas puede ser negociado con un tercero así como la participación en los canales de exhibición también es una apuesta de comercialización de los *Majors*, los grandes consorcios migran rápidamente hacia la plataforma digital, colocan su oferta en el canal digital propio, pero también la mantienen en la competencia. Reutilizan lo que se encontraba sin vigencia, agregan los filmes arraigados en los consumidores, los más atractivos se combinan con el resto, se vuelven parte de un archivero digital inmenso que tiene para todos los gustos, para múltiples públicos.

Paramount, HBO, Disney, entre otros aceleran su participación dentro de la plataforma digital, llevan el modelo tradicional a una extensión poco imaginada, a reafirmar su poder en la distribución y a situar su oferta en los consumidores inmersos en el instrumento, además que en un contexto como el de confinamiento provocado por la pandemia el usuario se encuentra en la sala de casa, es el público al que hay que atacar.

Llegan a nuevas fuentes de ganancia por exhibir lo que ya se ha realizado con anterioridad, lo que era gratis para el consumidor en la televisión, ahora se paga a través de una suscripción, pero que tiene múltiples ventajas, tales como romper en el tiempo y espacio cuando se desee o ser parte del público exclusivo con los contenidos que se van a estrenar, la mejora tecnológica abre una serie de posibilidades para vender.

Tal es la aceptación de tal implementación, que este sector de la industria cinematográfica se encuentra en un crecimiento veloz, en el 2020 subió el número de usuarios en 76% en comparación con el año anterior, lo que representa que 560 millones de personas en el mundo se encuentran inmersas dentro de alguna plataforma. Además que con la llegada de Disney Plus en dicho año, hubo un total 86 millones de suscripciones, el doble con los que contó HBO (Millán, 2020) empresas con un amplio catálogo y con pocas novedades en su lanzamiento en lo digital, es decir con fórmulas hegemónicas dentro del mercado de la cultura.

Habrá que esperar la evolución dentro de los canales de exhibición y las maneras en que se trastocan las estructuras del modelo de negocio en un futuro, existen indicios para pensar que lo digital será fuente primaria de toda ganancia, sin duda una especulación muy entusiasta y centrada en lo tecnológico. A propósito de esta migración, el modelo tradicional encuentra vitalidad en los diferentes puntos de venta y acelera nuevas formas de salida para los filmes realizados.

El negocio sigue siendo controlado por las empresas hegemónicas con la participación de otros actores que se vuelven preponderantes, la vigilancia sobre el proceso de producción es posible con mayor eficiencia gracias al instrumento

tecnológico, se adecúa a lo que más posibilidad de reeditar tiene. El modelo se amplía en el espectro digital, los circuitos mantienen vigencia y los consorcios sostienen en su producción-distribución la explotación para llegar a las ganancias; en las plataformas se replica lo conocido y aunque parezca novedoso es una reproducción de lo que ha funcionado históricamente en la industria cinematográfica.

3.4 ¿Consumidor sofisticado? Una disertación entre lo tecnológico y la norma narrativa

Tenemos la sensación de ser auténticos en lo que realizamos, de ser diferentes del resto, de asumir una identidad que nos hace únicos e irrepetibles, al menos esa es la representación que creemos tener, un espejismo de nuestros tiempos. Lo que sucede en el entorno es motivo de reafirmación de nuestra individualidad, en la banalidad mostrada a través de distintos canales de comunicación como las plataformas digitales, queremos mostrar la diferencia del resto, pareciera somos genuinos ante el resto.

En el otro exploramos lo que nosotros no somos, en la construcción simbólica de su persona que hace pública gracias al dispositivo, vemos lo que no queremos ser así como la autenticidad de nuestros gustos, filias y fobias, creemos que fortalecemos nuestra identidad ante el resto. Dentro de lo inmediato y pasajero de los tiempos, confiamos en ser distintos y quizás ese sea un motor para seguir adelante, autosatisfacernos con la aparente sensación de ser diferente.

En esta dinámica constante de reafirmación, el consumidor de la industria cinematográfica ve en sus elecciones una forma de distinguirse ante el resto, convierte su ocio como algo inherente, un rasgo auténtico de su personalidad. Dentro de la oferta incesante expandida por los canales de circulación, vemos un catálogo cada vez más creciente con títulos de cualquier parte del mundo e historias de todo tipo que mantienen al espectador atentos al universo de posibilidades que existen frente al instrumento.

Inmersos en la tecnología como vector de aceleración en el desarrollo de las condiciones de los sujetos, la promesa de ir acorde a los tiempos y ser parte del cambio vuelve al consumidor como un ente inherente ante lo que le ponen. Pareciera que en el estilo de vida se asientan las modificaciones como una cuestión natural, que el consumidor los acepta y ante la poca resistencia se adecúa como parte del proceso para seguir adquiriendo bienes simbólicos

En la modificación que sufre el complejo industrial y tecnológico el sujeto se adhiere a los cambios, si quiere pertenecer o estar en lo novedoso debe de adaptarse rápidamente. El cúmulo de experiencias es infinito, las plataformas tecnológicas almacenan toda la oferta que les es posible, mantener al público cautivo bajo la aparente condición en la que el consumidor impone sus formas de relacionarse con el producto cultural, le han dado un vuelco al modo en que las audiencias se insertan en el modelo de negocio.

El aparente empoderamiento sumado a la autenticidad fundada sobre lo tecnológico, han revitalizado en gran parte al consumo cultural, se deja de lado la verticalidad tradicional que imponían los *mass media* en su oferta y ahora se solventa una simulada horizontalidad al tener el consumidor como elemento que decide sus consumos. No es que con los medios tradicionales la persona no pudiera apagar la pantalla o cambiar el canal, la diferencia es que ahora tiene toda la oferta en un solo lugar y elige en el marco de la posibilidad técnica lo que piensa ver, escuchar o vivir.

Bajo este entendido, surgen cuestionamientos importantes en la relación del consumidor con la industria cinematográfica, ¿existen cambios verdaderos en las audiencias para reafirmar ese posicionamiento de sofisticación e injerencia en el proceso?, ¿la innovación y desarrollo se presentan en los productos culturales al igual que en las personas?, ¿hasta dónde llegan los alcances reales de cambio dentro de la relación producción-consumidor? ¿cómo evoluciona el consumidor de la industria cinematográfica?, ¿también el público sufre esas mejoras sobre todo al exigir nuevas narrativas al comprar consumos culturales?

La mejora pareciera ser un factor inherente dentro del modo de producción, todo lo que toca el capital puede perfeccionarse, las dinámicas que se desarrollan se convierten en un proceso interminable de mejoramiento con miras a lograr el máximo rendimiento siempre. En la industria cinematográfica este pensamiento no es la excepción, al contrario lo potencia como pilar para materializar muchos de sus cambios, para embellecer el funcionamiento dentro del proceso y legitimarlo, ¿será igual en el usuario concededor de la plataforma digital?

Basta revisar en la amplia oferta que tiene el cine para ver representado el triunfo del perfeccionamiento, desde una imagen llena de pulcritud con lo último en efectos especiales o incluso una gran actuación dentro de un mundo imaginario, es tan amplio el universo que nos ofrece el séptimo arte, pero siempre hay un común denominador: el de la mejora a propósito de la innovación. Dentro de todo el proceso aparece la bandera de desarrollo, la promesa que revitaliza lo que vivimos y vamos a experimentar, pareciera ser parte natural del curso de las cosas y que su apuesta es un crecimiento en conjunto de todas las fases que colaboran.

Atrás quedaron esas películas que apenas nos mostraban unos segundos de un momento o aquellos trabajadores que maniobraban con marionetas para simular que un personaje fantástico invadía una gran ciudad. La superficie ha cambiado, el cine sostenido en procesos de renovación tecnológica ha dado pasos agigantados a nuevos formatos digitales de presentar sus productos, a concepciones mejoradas tecnológicamente en la pantalla, en la experiencia que tiene el consumidor vez tras vez frente al bien simbólico.

Dentro de la historia del cine lo visual es una transformación constante, cada mejora técnica ha logrado un nuevo paso hacia la innovación, una construcción del producto audiovisual que desde su producción encuentran desarrollos que facilitan el ciclo de consumo, la innovación bajo la que nacen encuentra amplitud. Históricamente la industria nos ha habituado a que dicha innovación es parte de su naturaleza, que ésta se convierte en lo primordial y sin ella el producto no tiene vida.

Encuadrado en el detalle técnico, el cine solventa una perspectiva de que lo homogéneo en su producción es heterogéneo en la superficie, que visualmente estamos consumiendo algo diferente en todas sus presentaciones, es decir que vivimos en una ilusión, que aquello pasa frente a nuestros ojos y creemos auténtico es en realidad un engrane más de la reproducción en serie (Benjamin, 2003). El engaño se da desde su concepción, la percepción del público no escapa en lo que se le ofrece, al contrario reafirma el posicionamiento del triunfo tecnológico como punto de inflexión de cambio en la industria cinematográfica.

En la aceleración tecnológica que se incorpora en los cambios dentro de los filmes, se vislumbra una propuesta por parte de la industria para potenciar sus contenidos, hacerlos más espectaculares que lo anteriormente conocido como valor agregado dentro del mercado cultural. Sin embargo, en esta metamorfosis entre el producto y la tecnología como forma de venta, el consumidor se acostumbra a los parámetros que le imponen, el cambio se centra en todo lo que rodea al producto, en aquello que cumpla con los estándares para facilitar la explotación de la película.

Al producir películas que cumplen con una estándar y una serie de lineamientos, construyen una forma de concebir el universo cinematográfico, de representar al cine en la concepción del consumidor, de entender las reglas en las cuales se desempeña el campo para los que participan en el mismo y que acercan las ganancias para las productoras y distribuidoras. A través de las dinámicas de su propia realización, las exigencias en los filmes mantienen un molde, el de la racionalidad tecnológica que siempre está bajo el control de la industria para adecuarlo a su conveniencia.

La repetición se convierte en la regla de realización, el mantenimiento de lo conocido se vuelve primordial para la industria en la forma de operar el proceso, desde el primer paso del ciclo se comercializa con lo conocido y que más posibilidades de éxito tiene en el mercado, con el que mayor recepción puede tener en los consumidores. No obstante, desde la producción se apela a que el público desde sus distintos nichos o posicionamientos esté dispuesto a pagar por

la película, al mismo tiempo se cimienta la manera en la que se concibe el propio producto desde ambos lugares, una relación entre producción-consumidor que mantiene la vigencia del modelo de negocio.

En esta conformación bilateral, la mejora en el producto aunque sea dentro de lo técnico da paso a un desarrollo del consumidor que al menos visualmente no puede ser engañado, su exigencia ha sido moldeada en los parámetros de lo que impone el mercado, su perspectiva como público acompaña el estereotipo mostrado desde la técnica. En la norma de producción también se conforma una concepción de lo que se debe de aceptar, la apropiación corre a la misma velocidad de los adelantos tecnológicos materializados en el filme, no existe el retroceso en este aspecto.

Esta norma de producción en la industria cinematográfica, no pone en entredicho lo realizado, es un paso previo para lo que se va a mejorar, su existencia es un recordatorio de lo que fue novedoso y que se puede superar al menos tecnológicamente. Visualmente la industria se renueva, los cambios técnicos son parte fundamental para llegar a *nuevos productos* y los públicos acompañan las transiciones de la perspectiva mostrada, entonces históricamente, ¿hay alguna diferencia real dentro de lo que estamos viendo?

Superficialmente sí, los formatos cambian, la tecnología se sofisticada y hacen dentro de la técnica el cambio real, la percepción que tiene el consumidor en la pantalla es lo que se modifica. La estandarización es la regla aunque se disfrace la oferta de múltiples títulos, éstos se encuentran encuadrados en la reproducción, sus estructuras en las historias son parte de lo conocido y son las que más lentamente cambian, la repetición es tan incesante que se pone un freno al fondo de la estructura del filme.

Paradójicamente el consumidor se encuentra a otro ritmo, no va a la misma velocidad de las exigencias sociales que se le presentan, su percepción se encuentra altamente refinada, aunque piense en las mismas narrativas, en las estructuras ya conocidas, en la repetición constante y actualizada en lo

tecnológico de las mismas historias. El individuo se mimetiza con discursos conocidos, que le son familiares, no puede esperar menos de lo que ya ha visto, parece que encuentra en sus consumos culturales una autenticidad sobre el resto, pero en el fondo la historia es una reproducción constante, no se transforma ante lo que sucede en el entorno.

El consumidor es exigente bajo los términos que ha sido moldeado gracias al modo de producción, no piensa en un producto cultural que esté alejado dentro de las fórmulas que ya ha probado. El capitalismo aplicado en la industria cinematográfica lejos de acercarse a un consumidor preocupado por el cambio de narrativas que visibilicen ciertas problemáticas, se enfoca en historias preconcebidas y que se repiten constantemente de acuerdo al ingreso económico que generan en el público.

La industria encuentra en la repetición el éxito, mantiene vigentes las películas de las cuales se puede extraer ganancias, reutiliza lo históricamente aceptado para reinsertarlo en el ciclo. La misma historia se puede estirar al máximo y darle un tiempo de vida a las distintas versiones que se realicen, la modificación consiste desde lo técnico, no importa que sea una narrativa similar, la aceptación no es una incógnita, el consumidor tiene la información de lo que va a comprar y pareciera esa es garantía para verla.

Hay ejemplos de repeticiones que se mantienen en el gusto de los consumidores, *King Kong* es uno de esos títulos de la industria cinematográfica que se renueva constantemente en su producción, su llegada en 1933, posteriormente una nueva edición en 1976 y una última en 2005, además que tiene múltiples cruces que muestran a otros personajes, tales como *Kong vs Godzilla* exhibida en 2021, es tan certero el tipo de consumo por parte de los públicos que las narrativas se pueden expandir siempre y cuando se mantengan en el gusto ya probado de los usuarios.

O en la que el mismo personaje se encuentra presente en diferentes producciones, el mito que se desarrolla alrededor de Drácula, en el que desde su aparición en pantallas en 1922 ha estado presente en más de 40 filmes. Pareciera

que cada historia representa algo novedoso del vampiro, pero solamente es una reproducción más de lo que ya fue explotado anteriormente, se agregan rasgos de novedad aunados a lo tecnológico y con ligeros cambios en lo discursivo que garantizan la aceptación para la adquisición del bien simbólico.

Además, la industria se vale de los artistas del momento, agregan a lo ya conocido a las estrellas de la pantalla, aquellos que tienen una aceptación importante en el nicho de consumidores. Se trata de evitar al máximo el riesgo de pérdida, la construcción de la narrativa repetida apela a concepciones previas, en la que el usuario reconoce a la persona que va a interpretar al personaje principal o del director que tiene una buena reputación dentro del negocio, se reduce al mínimo una posible pérdida con lo hecho previamente.

La industria se nutre de la repetición, puede abrir temáticas en su oferta siempre y cuando mantengan el mismo tipo de desarrollos, debe de cumplirse con lo conocido para que pueda funcionar, lo que en su momento fue algo nuevo rápidamente se convierte en la regla, el universo de superhéroes cumple en ese rubro. No basta con presentar la película de un ser extraordinario una y otra vez por separado, hay que juntarlo con el resto de personajes para tener un filme más atractivo y que tenga mayores posibilidades de ganancias.

El Universo Marvel es esa suma de personajes, en la que cada superhéroe tenía su propio filme con historias parecidas, que se desarrollan en planos discursivos similares y que facilita empalmarlos. En cada filme por separado se mantiene una producción constante para un mercado que los consume, en ese número de historias se introducen nuevos personajes que dan novedad y amplían la oferta para ese nicho, existe la constancia que en este tipo de productos las narrativas dentro de su ficción corren simultáneamente.

Aunque cada superhéroe tenga su propia historia, encuentran en la ficción la manera de interrelacionarlos y hacer una narrativa en conjunto más atractiva, *Avengers Endgame* es ese filme con dicha característica y exitosa en cuestión de aceptación por parte del público. Tan solo de recaudación obtuvo 2,790 millones de dólares, siendo el filme número uno en cuestión de ganancias en la historia

(BBC, 2019), una reafirmación muy clara por parte de los consumidores que están ávidos de ver el mismo tipo de narrativas, aquellas entre el bien y el mal.

Lo anterior es una muestra evidente y clara de cómo la industria cinematográfica no repara en la repetición de títulos, conserva el mismo y sólo modifica la producción, resulta paradójico que al existir una aceleración en el proceso de realización de filmes muy claro, las narrativas se encuentren estacionadas y en una constante reutilización. El cambio dentro de la industria cinematográfica atraviesa otros factores que fortalecen la explotación del producto, las historias se convierten en un elemento de certidumbre para tener mayores posibilidades de retornar las ganancias.

Podemos observar un proceso de ralentización, que de acuerdo a Harmut Rosa (2011) son aquellos que ponen límites a las dinámicas aceleradas de las sociedades capitalistas y que coexisten desde lo económico, político y social, en ese espacio se limitan en cuestiones de velocidad y son visibles desde lo cultural en las personas, es decir que al hablar de narrativas que se repiten es porque históricamente han sido impuestas y acompañan una parte de la realidad que se vive. Se mantiene un parámetro de lo que conviene a la industria, lo permitido en las condiciones materiales se extiende para no poner en riesgo lo que se considera como entorno, ante el ojo del espectador se cimienta una concepción histórica y legítimamente verdadera desde el mismo tipo de productos culturales.

En los mismos contenidos se encuentran los clichés culturales que le permiten al consumidor ver su realidad en el producto cultural (Adorno y Horkheimer, 2003) esas reproducciones que en el pacto ficcional le dan veracidad a lo que se ve en la pantalla, tales como el protagonista que salva a su amada a pesar de las múltiples pruebas, el héroe que se prepara para reivindicarse ante cierta situación o la clásica historia en el que se llega a un final feliz, narrativas que se mantienen y que paulatinamente la industria modifica, maquilla algunos detalles, pero la narrativa es la misma.

El consumidor no se sale dentro del marco capitalista y se aleja de exigir, solo se une a lo ya establecido, lejos de ser un comprador cada vez más consciente y

activo, éste se adapta a las dinámicas del proceso de producción dentro de los consumos culturales. No rompe con aquellas historias que invisibilizan el papel de actores fundamentales en la sociedad o de movimientos que buscan eliminar los estereotipos que hegemónicamente se han impuesto, acepta a cuentagotas lo que la industria decide mostrar con tal de monetizarlo.

Recibe como un triunfo los cambios que lentamente se incorporan a las narrativas, el empoderamiento de ciertos sectores de la sociedad reflejados en el cine solventan la aparente vitalidad de la película, de algo nuevo que será vendido y modificará la concepción desde la pantalla. La industria es la que decide hacer cambios en la estructura narrativa, le ofrece al público inmerso en la búsqueda de nuevas dinámicas dentro de la sociedad, tan solo un poco de lo mucho que se puede obtener si compra ese filme, la garantía de ganancias también apela a que el espectador crea que sus luchas han logrado el reconocimiento.

En la simulación de visibilizar los cambios que suceden en la sociedad, la industria cinematográfica encuentra formas para llegar a otros públicos, que le permitan obtener ganancias. Quizás en el discurso acompañe el cambio social, que sus productos paulatinamente migren a nuevas formas de representación en aras de darle voz a quienes históricamente no la han tenido y busquen solventar nuevos entendimientos mediados por la pantalla, pero ¿es ese el verdadero fin de la industria cinematográfica?⁴², sin duda una interrogante muy amplia que merece ser abordada en futuras investigaciones y con mayor profundidad.

El consumidor ve materializado su margen de maniobra en otros componentes de la industria cinematográfica, asimila lo que poco a poco le ofrece el cine en cuestión de cambios y disfruta lo conocido, no espera menos de eso. Ralentizados en la esencia de las películas, encuentra en otros elementos su injerencia, participa en lo que pareciera novedoso, el consumidor moldeado en el modo de producción se vuelve parte del ciclo y sus exigencias radican en las mismas.

⁴² En el año 2019 Disney celebró la lucha de la comunidad LGBTQ+ al representar por primera vez en sus producciones un beso entre personas del mismo sexo, específicamente en la película *Star Wars. El ascenso de Skywalker*, lo puso como un triunfo del cambio social, pero principalmente de la industria cinematográfica que legitima la lucha de diversos sectores.

Los consumidores sofisticados no se encuentran en las narrativas, están presentes en el detalle técnico, en ese lugar radica su conocimiento, su participación y colaboración para hacer de la película un producto más especializado. Los públicos se alfabetizan dentro de lo tecnológico, si quieren conocer la nueva oferta deben de apropiarse del instrumento, la vanguardia radica en su sensorium construido a partir de la mejora técnica y si ese no cumple con las expectativas, no será bien aceptado por ese consumidor que reconoce es experto en la materia.

El usuario alfabetizado es el primer punto de encuentro para la industria, es un parámetro de la recepción que tendrá su producto cultural, de las adecuaciones que tendrán que realizarse para que pueda ser aceptado en los públicos más severos. El molde dictado por la industria desde su producción logra en el consumidor los mismos resultados, la exigencia del receptor puede ser cumplida, pues el control en la realización le pertenece, lo que obtiene una simulación clara de que los filmes son controlados por el público y éste decide los términos en la que será exhibida.

El consumidor con conocimiento en el detalle tecnológico reconoce su injerencia y las normas que históricamente se le han presentado, si algo no coincide en los términos impuestos en la industria cinematográfica, mostrará su molestia al igual que el resto de compradores. Su participación está muy bien encuadrada en los requisitos que necesitan los *Majors* para llegar a éxitos en taquillas, para reducir al máximo la incertidumbre en cuestiones económicas y el producto tenga mayores salidas.

Tal es el grado de adiestramiento por parte del consumidor al menos en lo tecnológico, que en múltiples ocasiones ha mostrado su descontento hacia un producto cultural que no es de su agrado, incluso en algunas de ellas han retrasado los estrenos o llevado a sus productores a reconsiderar la pertinencia del filme. El usuario ha entendido su papel dentro de la industria, acompaña las exigencias de la vistosidad que necesita el cine para convertirse en una

experiencia más profunda, duradera y principalmente de aceptación en la retroalimentación del público en sus producciones.

En estas normas que propicia la industria cinematográfica, aunado al desarrollo de instrumentos tecnológicos como las plataformas digitales, pareciera que los públicos han potenciado su participación en las películas, que tienen un veredicto sobre el tipo de producto que se va a realizar, aunque esta incidencia sea solamente en los parámetros técnicos. En esta supuesta retroalimentación entre productores y consumidores, se logra una formulación que mantiene las expectativas por parte de los receptores en el negocio, aunque su opinión sea meramente superficial y en aras de contribuir a los que la realizan.

Un ejemplo de lo anterior es lo ocurrido en el año 2019, en el estreno del tráiler de la película *Sonic* los usuarios mostraron su descontento por el tipo de animación que se usó para recrear al personaje principal, pues se alejaba de lo ya conocido en los videojuegos que realizó Sega anteriormente. Tal fue la presión por parte de los fans alrededor del mundo, que se convirtió en tendencia el rechazo hacia la cinta, se puso en entredicho la pertinencia del producto cultural, así como la posible aceptación por parte de los públicos en las taquillas.

Ante esta situación, Paramount y Sega que fueron las empresas encargadas de la animación del filme vieron un problema profundo en la recepción, por lo que optaron por recular y atender las críticas de los usuarios que consumirían el producto cultural (Zorrilla, 2019). El director Jeff Fowler en twitter celebró la participación de los usuarios para hacer de la cinta un producto del agrado de todos y que no se alejara de la esencia que previamente se construyó a través de los videojuegos, desde su perspectiva un triunfo del consumidor dentro de la industria cinematográfica.

Entre las múltiples consecuencias que trajo consigo la modificación de Sonic fue el retraso de la cinta para su exhibición en cines, así como realizar de nuevo el trabajo de producción en efectos especiales, que en términos reales es una pérdida relativamente menor ante lo que se avecinaba como un fracaso en todos los circuitos de salida. Tal participación del público generó un entusiasmo entre la

comunidad principalmente encontrada en las plataformas digitales, pareciera que existe una incidencia profunda sobre los consumos culturales, que el usuario organizado pudiera transformar el tipo de películas que se le presentan.

Sin embargo, se reafirma el posicionamiento del consumidor encuadrado dentro de los parámetros tecnológicos, su exigencia no va más allá de lo que visualiza, en la dimensión estética del producto que conoce, en el que considera está la esencia de la historia, su perspectiva está moldeada gracias al modo de producción, su participación es superficial y elemental para asegurar el negocio. La alfabetización de los usuarios es meramente instrumental, su conocimiento está en lo reproducido e impuesto desde la verticalidad del bien simbólico.

Aunque se entiende la participación de la comunidad para incidir en los productos culturales como un triunfo de la convergencia de las tecnologías, es tan solo un canal más por parte de la industria cinematográfica de extender su dominio, de mantener el estado de las cosas y enfocar al consumidor en la superficialidad de la película, adiestrarlo en el molde para asegurar las ganancias. Es necesario llegar a un nivel más amplio de reflexión, así como narrativas profundas que traten de explicar nuevas dinámicas, en que la apropiación del instrumento tecnológico sea más allá de lo impuesto desde el modo de producción y trascienda en la esencia del producto estandarizado.

En los productos culturales se reafirma una realidad dentro de la industria, no se transforman de fondo los contenidos, no se visibilizan aceleradamente de manera clara las luchas y movimientos sociales de la modernidad. Al ser un devenir histórico en el que se han ganado algunas batallas, la élite que los controla y un público nada activo dentro de las narrativas, la industria cinematográfica decide a qué velocidad incorporar estos elementos en sus mercancías culturales.

El consumidor en la forma de concebir la pantalla solventa sus consumos culturales, no puede permitir menos dentro del detalle técnico ya conocido y reproducido en múltiples ocasiones en la vasta oferta, la simulación de novedad es un elemento central en la industria cinematográfica para acercarse a las posibles ganancias. La apariencia de ser auténtico al consumir los múltiples títulos de las

películas, es tan solo una forma más de repetición que conviene a los que la controlan, lo ideal sería escapar del molde para llegar a formas más profundas en las narrativas y ahora sí, incidir directamente en la estructura del séptimo arte.

Es paradójico que la velocidad como incidente en el proceso de mercantilización de los productos culturales, encuentre un freno en las narrativas que exigen los consumidores, que dentro de las propias dinámicas impuestas desde el modo de producción los usuarios acompañen lo tecnológico como señal de modernidad y se estacionen en una repetición de historias aparentemente diferenciadas. Quizás al llegar a esa concientización se pueda dar un paso para modificar las estructuras de la industria de la cultura, a tambalear el modelo conocido, llegar a nuevas formas de representarnos y principalmente relacionarnos.

Conclusiones

Las cosas sometidas a un proceso incontenible de mezcla y contaminación pierden lo que es su expresión esencial, de modo que lo ambiguo ocupa actualmente el lugar de lo auténtico

Walter Benjamin

Pensar en un objeto de estudio para desarrollar, además de ser una labor ardua en su conformación teórico metodológica, representa un reto para cualquier autor de encontrar puntos de inflexión que no solo le permitan entender el fenómeno, sino de ver más allá de lo que la superficie nos muestra. Tal afirmación, se puede ver ejemplificada en la actual investigación, en la que desde una perspectiva crítica se abordó la incidencia de la aceleración tecnológica en el proceso de mercantilización de los productos culturales, materializada en una industria en específico como la cinematográfica,

Dicho enfoque permitió articular, desentrañar y desmontar el objeto de estudio en búsqueda de una explicación profunda ante las nuevas dinámicas de la globalización, en las que los dueños de las industrias culturales se valen de las condiciones histórico materiales para perpetuar su dominio y cimentar aquellas que están por venir para extraer el máximo valor posible en la cadena de producción. Bajo esa lógica, la innovación tecnológica presente en la producción, distribución, circulación y consumo de los bienes simbólicos, sirvió como hilo narrativo para enunciar las acciones que facilitan el funcionamiento de dicho proceso, así como las relaciones de poder implícitas en el mismo.

En los distintos momentos que conforman el proceso de comercialización de los productos culturales, se encontraron similitudes a los planteamientos clásicos de la teoría crítica y que merecían darles vigencia ante nuevas condiciones materiales, entre las que se destaca una explotación histórica del factor tecnológico a través de la estandarización. Si bien la innovación tecnológica ha estado presente en el desarrollo conceptual de las industrias culturales, en tiempos de globalización alcanza una velocidad acelerada que permiten renovar una y otra vez el ciclo de producción en la búsqueda de extracción de ganancia.

Ante el planteamiento anterior, el conocimiento (trabajo cognitivo) soporta desde su producción a los productos culturales, se apuesta por la aportación aplicada en el molde tecnológico para encontrar rapidez en la innovación y así dar paso a una explotación en conjunto de la cadena que facilite la obtención de ganancias. Al existir una especialización constante en la realización de productos culturales, el trabajador tiene que ir de la mano con lo que le exige la estructura, es decir volverse apto para soportar los cambios e incluso aportar sus capacidades en la misma, ya que de lo contrario no lo calificarían para participar en el proceso.

Al tener un producto cultural cada vez más sofisticado en el elemento tecnológico, permite a la industria de la cultura acortar tiempos en el desarrollo de nuevos bienes simbólicos. En esta innovación que tiene como pilar el conocimiento, abre las posibilidades para que el ciclo de producción se acelere, que en la renovación constante se encuentre la vitalidad necesaria para la explotación y en el que a través del valor que dota la mejora hecha por el trabajador invisibilizado, se puedan generar ganancias

Asimismo, el uso de la tecnología en la creación de bienes simbólicos tiene implicaciones directas en las posibilidades que tiene el autor/creador para el desarrollo visual-estético y por su parte, en el consumidor para concebir un sensorium incidido por el detalle técnico. En una relación directa, el instrumento que Benjamin (2003) afirmaba destruía la autenticidad de la obra de arte, puede ser apropiado por el creador de productos culturales para generar concepciones más complejas y aunque estén en los parámetros impuestos por la industria cultural hegemónica, llegar a nuevas construcciones simbólicas para los públicos.

Una paradoja que en tiempos de la aceleración tecnológica puede darle otro sentido a la lógica dominante, en el que se utilicen las condiciones materiales tecnológicas del contexto para salirse de los parámetros y a través de nuevas representaciones pensadas por el autor, cargar de otros elementos como el político para darles una perspectiva distinta. Al lograrlo, se invierte el papel de los actores inmiscuidos en el proceso, la tecnología deja de ser el elemento central,

sino un facilitador y el papel del realizador se resignifica al ser el eje principal de creación⁴³.

Las hallazgos mencionados, se evidencian en la industria cinematográfica, desde la propia mercantilización que se ve modificada por los efectos especiales digitales como una forma de sofisticación tecnológica en la que hay trabajo cognitivo, se gestan en la producción de películas modificaciones medulares en la estructura. Se da la conversión del trabajador artesanal en la producción de efectos especiales a uno continuamente más especializado, en un trabajador digital en el que su aportación radica en el conocimiento aplicado al repositorio digital, el que facilita y acelera mediante el software su desarrollo en la ejecución de efectos especiales.

En esta instancia solventada desde la Nueva División Internacional del Trabajo, que se nutre de la labor de distintos territorios, el ahorro de tiempo es la constante, no se necesita del trabajador que producía en el pasado toda clase de efectos para tratar de asemejar los contenidos que exigía la historia, el repositorio técnico de conocimiento lleva otro nivel la forma de reproducir lo aprendido históricamente, de construir representaciones.

El proceso de producción toma velocidad, pues el trabajo vivo en conjunto que se encargaba del más mínimo detalle es desplazado por el instrumento, lo que antes implicaba un desgaste amplio de horas o incluso días, en el contexto globalizado es realizado en una menor cantidad de horas trabajador, lo que representa ganancia para el que invierte. Una forma de mantener las lógicas y discursos dominantes que le convienen a la industria de la cultura para facilitar la explotación en el ciclo de producción.

Bajo el pretexto de construir *mejores* opciones visuales, el software predomina como una regla dentro de la elaboración de películas, principalmente en el modelo

⁴³ En *El autor como productor* Walter Benjamin (2003) explica en sus postulados el papel central del autor en la realización de productos, que a pesar de las lógicas económicas del modo de producción, se puede apelar a un sentido que se contraponga a lo dominante y que tiene como punta de lanza el accionar y la consciencia del creador. Sin embargo, en los tiempos de aceleración tecnológica parece que el objetivo se aleja cada vez más, pero sigue siendo una posibilidad que necesita ser replicada como posible alternativa.

de negocio estadounidense, el trabajador es rápidamente desplazado por el dispositivo especializado. El trabajo vivo se almacena en el instrumento técnico en forma de conocimiento digital privatizado, por lo que remunera directamente a la industria que lo posee y el papel de trabajador pasa a un segundo plano en la creación de productos culturales, en este caso películas.

Ahora bien, la mercantilización al ser un proceso que interconecta distintos momentos, es necesario distinguir los principales puntos de encuentro y que son hallazgos para la presente investigación. Pareciera que al haber un ritmo marcado por el elemento tecnológico, se posibilitan las condiciones para el acercamiento del consumidor con los productos culturales, que los canales, la oferta y los contenidos se amplían y las bondades del progreso empoderan a los públicos en la búsqueda de satisfacer su ocio.

Una narrativa que se fortalece en la aceleración tecnológica, y sin embargo se contrapone al describir la evidencia. En primera instancia, podría parecer que hay una percepción de ruptura en el tiempo y espacio mediado por lo tecnológico, que aunados a una coyuntura como la pandemia provocada por la Covid-19, nos da la perspectiva de encontramos en un momento en el que rápidamente se modifican las estructuras de la industria de la cultura y que esos cambios atraviesan principalmente para ofrecernos comodidad..

Empero, habría que hacer acotaciones claras ante este fenómeno y que representan hallazgos de esta investigación; la industria de la cultura si bien encuentra nuevos canales de salida o de venta, apela a un modelo tradicional que se ve fortalecido con la digitalización, no se renuncia a la exhibición conocida previamente, no dejan de existir los medios tradicionales, el consumidor no los desecha radicalmente por unos nuevos, sino que se incorporan en todo el esquema de negocio controlado por las empresas hegemónicas de productos culturales.

Los agentes económicos se apoyan en la tecnología para darle nuevas salidas, mercados y consumidores a sus productos culturales, que su oferta se encuentre

en una constante circulación y no detengan el ciclo de producción. Lejos de pensar en un cambio tajante, se buscan ajustar estrategias que beneficien y reedituen mutuamente al modelo de negocio en todas sus partes, de tal manera que converja lo que les había funcionado históricamente y se adapten nuevas dinámicas apoyadas de factores coyunturales, como una pandemia en la que el consumidor se ve obligado a estar en casa.

Al extender el circuito de distribución incorporando lo digital, los actores económicos predominantes de la industria de la cultura ponen su dominio en otros sectores, favorecidos por abarcar gran parte del mercado se amplían a otros y restringen la incorporación de posibles competidores, pues el modelo tradicional que controlan lo replican en la innovación digital. Podría pensarse que existe una pluralidad entre participantes dentro de la industria de la cultura, que en un contexto como el actual se amplían los canales y se diversifica

Dichas afirmaciones se ejemplifican en la industria cinematográfica, la entrada de plataformas de streaming en el mercado, pareciera ha diversificado el modelo de negocio y ha abierto las posibilidades para que los consumidores ejerzan una elección distinta a lo que le ofrecían los medios tradicionales de distribución, tales como la televisión abastecidos en su oferta por los *Majors*. Afirmación totalmente alejada de la realidad, pues los catálogos de estos repositorios digitales de streaming son acaparados en gran parte por los grandes estudios cinematográficos hegemónicos como Paramount, Disney, Universal, HBO, entre otros, que ya poseen un abanico de películas realizadas históricamente.

El dominio se extiende en lo digital, controlan y deciden los términos mediante los cuales se exhibirá la película, se dará paso a aquella negociación que le permita reeditar y mantener su dominio sobre la plataforma de streaming o en algunos casos, hasta formar su propio canal de circulación digital como los casos de *Disney+*, *HBO* o *Paramount*. Situación que obliga a las plataformas de streaming a no comprar productos hechos, si no a realizar los propios aunque éstos estén cimentados en el modelo tradicional de la industria estadounidense, en el que sus

producciones repliquen lo ya conocido para tratar de asegurar la aceptación en los públicos.

Por lo que se afirma que la apertura digital de circulación revitaliza el modelo tradicional, mantiene a los *Majors* como controladores de las lógicas bajo las que se desempeña la industria cinematográfica y se incorporan algunos agentes económicos que nacen estrictamente en la circulación, ahora a la producción de bienes culturales, tales con *Netflix* o *Amazon Prime Video*. De igual manera hay que hacer hincapié, en que esta apuesta por parte de la industria cinematográfica es un canal de salida más, no se renuncia a lo anterior como las salas de exhibición y a manera de relación dialéctica se nutren de estrategias para que puedan complementarse.

Aunque pudiera decirse que en tiempos de contingencia como una pandemia, todo el modelo gira en lo digital o va circular por el mismo es una falacia, el aumento de adeptos a dichos negocios tienen que ver con condiciones propias del contexto como el confinamiento obligatorio o el aumento de tiempo al acompañar otras actividades con el ocio⁴⁴. Dicha situación, dio pie a tácticas y estrategias para que no dejaran de circular los productos culturales, mantener al consumidor desde su casa con la expectativa de que algún día se regresaría a lo conocido al menos en términos de exhibición, además de adaptar paulatinamente prácticas de consumos culturales mediadas por el dispositivo en casa.

Se aprovecha la inmediatez para que la digitalización sea una salida del modelo de negocio y tratar de abarcar nuevos mercados con posibles suscriptores, públicos que comprendan que lo mostrado amplía su margen de maniobra para elegir el producto audiovisual de su preferencia desde la comodidad que representa la casa.

⁴⁴ El *Home office* obligatorio permite a sus practicantes ser productivos desde casa, pero además poder realizar otro tipo de actividades, tales como ver productos culturales. Se flexibilizan los parámetros de trabajo, no se necesita la atención exclusiva en la realización de tareas, sino que se pueden combinar con otras como la satisfacción del ocio o incluso no desplazarse ahorra tiempo que puede ser utilizado para fines recreativos dentro de casa. Sin embargo, este tipo de flexibilizaciones del trabajo tienen otro tipo de implicaciones en cuestión de explotación que merecen ser abordados, para fines esta investigación se acota a su relación con los productos culturales en tiempos de la Covid-19.

Lo que nos lleva al papel del consumidor, ese que ante los tiempos globalizados de las rupturas del tiempo y el espacio, cumple con ciertos estándares y características derivados de las nuevas dinámicas incididas por la aceleración tecnológica en la mercantilización de productos culturales. Es decir, un ente activo que se transforma o adapta a las exigencias del momento histórico por el que se atraviesa y que su enunciación representan un hallazgo importante para la presente investigación.

Si el ciclo de producción se renueva y sofisticada con miras a una mayor explotación, el consumidor al formar parte de dicho proceso no se encuentra exento de tal transformación, pero ¿en qué términos? en aquellos que dicta la industria de la cultura, en los cuales la relación con el instrumento tecnológico se convierte en el común denominador dentro de las prácticas de consumo, así como en la percepción que se moldea en gran parte por el detalle técnico. Las exigencias se dan en los parámetros que reeditan económicamente a la élite que controla los productos culturales, aquellos que pueden ser materializados en acumulación y dan la apariencia de revitalizar el proceso.

Es un consumidor sofisticado en el accionar con en el dispositivo, identifica y aprende las formas en las que puede satisfacer su ocio, se encuadra en los términos amigables que le facilitan acceder a la oferta que se le presenta en los distintos canales de circulación. Su margen de maniobra va acorde al reconocimiento de sus posibilidades con el repositorio digital que contiene los productos culturales, en la práctica sus posibilidades se ven reducidas a lo que le ofrece la plataforma⁴⁵.

En esta relación cotidiana con los productos culturales mediada por las cuestiones técnicas, el consumidor que domina este acercamiento tiene la posibilidad de elegir entre el múltiple contenido nuevas narrativas e incluso

⁴⁵ Es importante mencionar que a pesar de estas lógicas hegemónicas dentro de la industria de la cultura, existe una apropiación que se contrapone a este modelo de negocio, en el que los usuarios apropian, innovan y socializan alternativas para el consumo de productos culturales de forma gratuita. Utilizan la tecnología para salirse de los modelos de negocio conocidos y replican los catálogos libremente para usuarios que cuentan con la conexión y conocen su funcionamiento.

exigirlas, sofisticarse rápidamente al igual que los términos técnicos dictados por la industria, si no discursivos y de visibilización de cambios sociales ¿lo hace? A una velocidad distinta, un cambio paulatino muy alejado de la rapidez con las que se hacen las exigencias técnicas del producto cultural.

El consumidor acepta lo que conoce en su imaginario simbólico y no puede tener menos de eso, la aparente renovación responde a una estandarización impulsada por el instrumento tecnológico, difícilmente el usuario se sale del encuadre y su exigencia esta preconcebida en el detalle técnico. Su participación reproduce y continúa los esfuerzos de la élite por renovar el producto cultural desde el instrumento técnico, en su concepción se reafirma el posicionamiento hegemónico que le es mostrado.

El usuario va en otra velocidad cuando se trata de cuestiones de narrativas, la percepción estética a la que está acostumbrada domina el juicio respecto a sus exigencias, se reproduce una y otra vez lo ya conocido, en cada “aparente nueva versión” ofrecida por la industria, existe la promesa de encontrar rasgos distintos, aunque la realidad muestra que su historia parte de los mismos principios conocidos y enmarcados en la mejora técnica.

Lo anterior se puede ejemplificar en la industria cinematográfica, la renovación de las películas radica en la innovación tecnológica, gran parte de sus presupuestos están concentrados para el mejoramiento y edición de lo que se exhibirá en la pantalla. Producción tras producción rápidamente muta, se sofisticada y embellece la superficie del filme, la pulcritud en lo representado se hace evidente con respecto a lo que se realizaba previamente, la modificación debe de ir acompañada con mejores efectos visuales y calidad en los formatos .

Cada nuevo filme persigue una recreación fidedigna de los mundos presentados en la historia, sin necesariamente modificar las narrativas preestablecidas. Los supuestos cambios dan la falsa ilusión de encontrar algo nuevo para mantener la expectativa en el consumidor, el cambio en cuestión de concepciones que reflejen una realidad y sociedad que se transforma, es lento a comparación de las mejoras

que se hacen en los detalles técnicos y las exigencias de los públicos rara vez se salen de ese adiestramiento que impone el modelo de negocio, por lo que se reafirma que el consumidor sofisticado se presenta mayormente en el molde tecnológico.

Si bien, esta investigación está pensada para enunciar y describir dinámicas invisibilizadas a propósito de la introducción acelerada de la tecnología en la cadena de producción, es tan solo un primer paso para lograr la apertura de temas que necesitan especial atención y discutirlos en beneficio de las mayorías. Es menester mostrar la otra cara de la moneda, esa que no potencia y no legitima las acciones del capital en su búsqueda por mantener las relaciones de poder que directamente les benefician.

Es posible pensar en otras representaciones y acciones que se alejen de lo hegemónicamente establecido como ocurre en la industria de la cultura, que se visibilicen luchas y plasmen cambios del modo de vida. Por lo que apelar a discutir desde una perspectiva crítica, los funcionamientos bajo los que se desenvuelve la actual mercantilización de los productos culturales, puede ser un primer acercamiento para ganar espacios desde lo simbólico y lograr una consciencia cimentada y contraria a los intereses de la élite.

BIBLIOGRAFÍA

- Adorno, Theodor y Horkheimer, Max. (2003). *Dialéctica de la Ilustración, Fragmentos filosóficos*. (5ª ed). Madrid. Editorial Trotta.
- Bauman, Zygmunt. (1998). *La globalización. Consecuencias humanas*. México. Fondo de Cultura Económica.
- Benjamin, Walter. (2004). *El autor como productor*. México. Editorial Ítaca.
- (2003). *La obra de arte en la época de su reproducción mecánica*. España. Editorial Casimiro Libros.
- (2008). *Tesis sobre la historia y otros fragmentos*. España. Ítaca.
- Carvajal, José María. (2020). *Disney Plus alcanza los 86 millones de usuarios*. España. Rewisor. Recuperado de <https://www.revisor.com/disney-plus-alcanza-los-86-millones-de-suscriptores/#:~:text=Disney%20ha%20sabido%20hacerse%20un,segunda%20fuerza%20del%20streaming%20mundial>.
- Castañares, Guillermo. (2020). *Pandemia dispara precio de las acciones de Netflix*. México. El Financiero. Recuperado de <https://www.elfinanciero.com.mx/mercados/pandemia-dispara-precio-de-acciones-de-netflix>
- Castroviejo, Francisco. (2017). *Sobre los presupuestos de las películas de Star Wars*. Ciudad de México. Producción Audiovisual. Recuperado de: <https://produccionaudiovisual.com/produccion-cine/presupuestos-peliculas-star-wars/>
- CNN. (2012). *Walt Disney compra productora LucasFilm y la saga de Star Wars*. Ciudad de México, México. CNN. Recuperado en <https://cnnespanol.cnn.com/2012/10/30/walt-disney-compra-la-productora-lucasfilm-y-la-saga-de-star-wars/>
- Dantas, Marcos y Moura da Silva, Denise. (2016) en Sierra, F. y Maniglio, F. (2016) *Capitalismo financiero y comunicación*, CIESPAL, Quito.
- Dobb, Maurice. (2005). *Estudios sobre el desarrollo del capitalismo*. México. Siglo XXI
- Eco. Umberto. (1984). *Apocalípticos e integrados*. (7ª ed). España. Editorial Lumen.
- Fernández, Juan José (1976). *Mark Spitz, un mito que se acaba*. España. El País. Recuperado de https://elpais.com/diario/1976/06/04/ultima/202687201_850215.html

- Forbes. (2016). *Pasamos el doble de tiempo en Netflix que con los amigos*. México. Forbes. Recuperado en: <https://www.forbes.com.mx/pasamos-mas-tiempo-netflix-los-amigos/#:~:text=sitio%20Cordcutting.com.-,En%20promedio%2C%20el%20suscriptor%20de%20Netflix%20pasa%20una%20hora%20con,de%20suscriptores%20a%20nivel%20global.>
- .-García Canclini, Nestor. (2006) en Encina, Javier y Montañés Manuel. *Construyendo colectivamente la convivencia en la diversidad. Los retos de la inmigración*. Sevilla. UNILCO.
- Fuchs, Christian. (2015). *Culture and economy in the age of social media*. New York, Routledge.
- Giménez, Gilberto. (2002). *Globalización y Cultura*. Estudios Sociológicos, vol. XX, núm. 1, enero-abril, 2002, pp. 23-46 . Distrito Federal: El Colegio de México. Recuperado de: www.redalyc.org/pdf/598/59805802.pdf
- Gramsci, Antonio. (1999). *Los cuadernos de la cárcel*. México. Editorial Era
- Han, Byung Chul (2017). *La expulsión de lo distinto*. Barcelona: Herder.
- Harvey, David. (2007). *Breve historia del Neoliberalismo*. España. Akal.
- Hobsbawm, Eric. (1999). *Historia del Siglo XX*. Argentina. Editorial Crítica.
- Horkheimer, Max. (1973). *Crítica a la razón instrumental*. Argentina. Editorial Sur.
- Ianni, Octavio. (1996). *Teorías de la globalización*. México. Siglo XXI Editores.
- Lazarsfeld, Paul. (1968). *The people's choice*. EUA. Columbia University.
- Maniglio, Francesco (2016) Sierra, F. y Maniglio, F. (2016) *Capitalismo financiero y comunicación*, CIESPAL, Quito.
- Marcuse, Herbert. (1985). *El hombre unidimensional*. México. Editorial Planeta.
- Martín-Barbero, Jesús. (1984). *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. México. Editorial Anthropos.
- Martínez, Sergio. (2018). *Evolución de los efectos audiovisuales en la historia del cine y su influencia sobre la industria del video musical*. Madrid. Universidad Complutense.
- Marx, C. (1980). *El capital*. (3ªed). México. Editorial Allende.
- McLuhan, Marshall. (1996). *Comprender los medios de comunicación: la extensión del ser humano*. México. Planeta.
- Mieke, Bernard. (2008). *Las Industrias Culturales y de información. Un enfoque sociocultural*. Revista Electrónica de Investigación Educativa, 10 (1). Consultado el 01 de diciembre de 2020 en <http://redie.uabc.mx/vol10no1/contenido-mieke.html>

- Mosco, Vincent. (2006). *La Economía Política de la Comunicación: una actualización diez años después*. Canadá Research Chair in Communication and Society.
- (2011). *La Economía Política de la Comunicación: una tradición viva*. En Albornoz, Luis. *Poder, medios, cultura. Una mirada crítica desde la Economía Política de la Comunicación y la Cultura*. Argentina. Editorial Paidós.
- Murdock, G. y Golding, P., *Culture, Cap. 4. Communications and Political Economy*, En la *Mass Media and Society*. Londres, Arnold. 2005.
- ONU. (2020). *El turismo fue devastado por el COVID-19 y debe ser reconstruido de una manera más amigable con el planeta*. ONU. Recuperado de <https://news.un.org/es/story/2020/08/1479432>
- Papacharissi, Zizi A. (2010). *A Private Sphere. Democracy in a Digital Age*. Londres, Polity Press.
- Pérez Salazar, G. (2011). *Distribución de productos culturales en la era digital*. En Covi, D. (Coord.) *Industrias culturales en México*. Memorias del seminario 2010, pp. 9 - 32, México: UNAM.
- Pulgarín, Jován. (2019). *Star Wars: así evolucionaron los efectos especiales en 20 años*. España. Recuperado de: <https://www.cnet.com/es/noticias/star-wars-efectos-especiales-evolucion-20-anos/>
- Rosa, Harmut, (2011). *Aceleración social: consecuencias éticas y políticas de la sociedad de alta velocidad desincronizada* en *Persona y sociedad*, vol. XXV, núm. 1, Universidad Alberto Hurtado.
- Rubio, Agustín. (2006). *La postproducción cinematográfica en la era digital: efectos expresivos y narrativos*. España. Universitat Jaume.
- Sfez, Lucien. (1995). *Crítica a la comunicación*. Buenos Aires, Amorrortu.
- Sierra, F. y Maniglio, F. (2016) *Capitalismo financiero y comunicación*, CIESPAL, Quito.
- Straubhaar, Joseph. (1993) en *Comunicación y Sociedad Más allá del imperialismo de los medios*. México. Universidad de Guadalajara.
- Toussaint, Florence y Sierra, Francisco. (2019). *Economía política y medios digitales*. Salamanca. Comunicación Social ediciones y publicaciones.
- TUDN.Com (2018). *Facebook compra los derechos para transmitir los partidos de la Premier League en Asia*. Ciudad de México. Recuperado en: <https://www.tudn.com/futbol/premier-league/facebook-compra-los-derechos-para-transmitir-los-partidos-de-la-premier-league-en-asia>

-Vercellone, Carlo (2016) en Sierra, F. y Maniglio, F. *Capitalismo financiero y comunicación*, CIESPAL, Quito.

-Wallerstein, Immanuel. (2004). *Análisis de sistemas-mundo: una introducción*. México: Siglo XXI.

- Wasko, Janet. (2004). *La Economía Política del cine*. Cuadernos de Información y Comunicación. Volumen (11). 95-110.

-Zallo, Ramón. (2016). *Tendencias en comunicación: cultura digital y poder*. Madrid. Gedisa

-Zorrilla, Mikel. (2019). *La película de Sonic cambiará el diseño del famoso erizo tras las duras críticas de los fans*. Espinof. Recuperado de <https://www.espinof.com/otros/pelicula-sonic-cambiara-diseno-famoso-erizo-duras-criticas-fans>