

RAZÓN Y PALABRA

Primera Revista Electrónica en América Latina
Especializada en tópicos de Comunicación.

Políticas de Comunicación

Número 8, Año 2, Agosto - Octubre 1997

| Número de mes | [Anteriores](#) | [Contribuciones](#) | [Sobre la Revista](#) | [Sitios de Interés](#) | [Directorio](#) | [Ediciones Especiales](#) |

El Cine en la Pantalla Chica. El cine en video

por: **María Josefa Erreguerena**

Investigadora titular del Departamento de Educación y
Comunicación de la Universidad Autónoma Metropolitana,
Unidad Xochimilco, México.

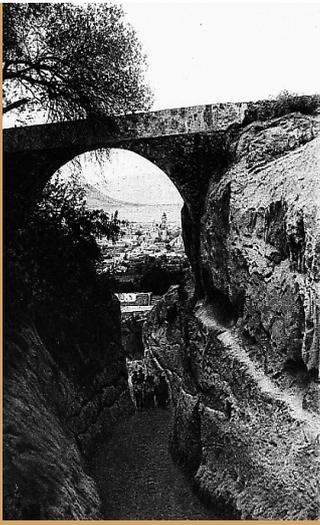
El cine en video ha invadido la vida privada. No hemos puesto la debida atención a la forma que ha irrumpido en nuestras vidas, transformando el uso del tiempo libre y hasta, podríamos afirmar que la forma de relación interpersonal dentro de la familia y en los ámbitos profesionales.

El estado Mexicano con la creación de IMCINE en el sexsenio Salinista ha implementado una política cultural global en la que lo importante parece ser recuperar la inversión económica, esto es entrar en la lógica de mercado. Paralelamente a la privatización de la infraestructura cinematográfica (COTSA y Estudios América) se incrementan en número de videohogares y videoclubes. El Estado a través de la legislación parece beneficiar a las grandes empresas internacionales y a una sola nacional: Televisa tanto con sus videoclubes Videocentro y su distribuidora de películas Videovisa La industria del video a partir de la firma del TLC ha resultado ser un negocio muy rentable.

La producción de cine en video como industria cultural no difiere de las otras industrias y responde a una racionalidad neoliberal, su propósito es obtener la máxima utilidad, los bienes en sí producidos en el capitalismo son portadores de formas simbólicas, con la desventaja para la industria cultural que sus productos promueven, además, formas de representación y estereotipos sociales, es decir son transmisores de una ideología, explicitada y promovida en sus discursos. Así el estudio de la industria cultural tiene dos vertientes; el hardware; los aparatos técnicos, y el software los discursos que se transmiten. En la videogradora el hardware será el aparato videogradora y las cintas, el software serán las películas o programas producidos para la video. (Ver Picazo; 1994)

Tanto en el software como en el hardware se da un proceso de producción, circulación y consumo de bienes simbólicos Horkheimer y Adorno (1981) de la escuela de Frankfurt plantean el concepto de "industria cultural", lo definen como: proceso que ha dado como resultado la creciente mercantización de las formas culturales producidas por el surgimiento de las industrias del espectáculo en Europa y Estados Unidos a fines del siglo XIX y XX. Argumentan que el surgimiento de las industrias del espectáculo como empresa capitalista ha logrado la estandarización y la racionalización de las formas culturales, y ha atrofiado la capacidad del individuo para pensar de manera crítica y autónoma. "Los bienes culturales producidos por estas industrias se diseñan y se manufacturan de acuerdo con los objetivos de la acumulación capitalista y de la ganancia de utilidades" (Thompson, 1993, 109)

Según Horkheimer y Adorno, el desarrollo de la industria cultural es una parte intrínseca del proceso de racionalización y cosificación en las sociedades modernas, el papel de estos autores es determinante, no dan alternativa del sujeto social individual frente a la industria cultural, lo que piensa y siente el consumidor de las mercancías producidas por las industrias culturales es determinante en su conciencia. Esta es la principal



crítica su concepción de que los bienes producidos por las industrias culturales son definitivos en la visión del mundo de sus consumidores- Este determinismo ideológico, para Thompson es "un punto de vista exagerado del carácter cohesivo de las sociedades modernas y un pronóstico excesivamente pesimista en relación con el destino del individuo en la era moderna" (Thompson 1993; 107).

Sobre este tema habla Alvater afirma "De esto, por otro lado, se aprovecha la industria del cine desde los años 20, que es al mismo tiempo innovación tecnológica y práctica ideológica del fordismo para construir la imagen del "American way of life" con todos sus ingredientes, llevando a cabo una propaganda global y contribuyendo a definir la imagen del desarrollo que tienden a seguir los países en vías de desarrollo".(Alvater,1992,32).

Horkheimer y Adorno insisten sobre la tecnología en sí misma y sobre su rol en la economía y sus efectos en la sociedad y cultura. Las características que atribuyen a la naturaleza misma de la tecnología a su gran capacidad de reproducción y sus consecuencias con ventajas y desventajas . Explican la lógica del sistema económico y social que ordena y vive su desarrollo tecnológico la necesidad de una producción en serie para satisfacer al gran público, la homogeneización de contenidos que impera en este proceso, la democratización del consumo para autosatisfacerse el consumo.

Vemos que el razonamiento de la escuela de Frankfurt, es en el sentido de que la racionalidad técnica se confunde con la dominación dentro de las sociedades contemporáneas. Tremblay (1994;39) plantea cuatro criterios:

El primero toma a la industria cultural desde la perspectiva de la producción industrial El segundo criterio analiza las industrias culturales a partir de las técnicas que utilizan.

El tercero analiza el mercado; estudia la oferta y la demanda de los bienes culturales, y; el cuarto ordena los criterios que hacen referencia a los procesos de producción capitalista dentro del dominio de las actividades culturales.

Los economistas miran a la industria cultural como un proceso dual a las de otras industrias donde los agentes económicos se involucran a los bienes y servicios que se ofertan y demandan. La industria cultural se encuentra, entre otras, considerada como intercambio económico por sí misma igual que otros bienes y servicios dentro de al libre oferta. Toda la intervención estatal, toda la reglamentación especial es inútil y juega en detrimento de los intereses del consumidor. Contrariamente a estas medidas proteccionistas debe permitir una libre marcha con un efecto vivificante para la producción de las industrias nacionales, en esta óptica la industrialización de la cultura no es más que una consecuencia inevitable del desarrollo normal de una economía liberal.(Tremblay , 1994;39)

Tremblay propone que para analizar la industria cultural hay que tomar en cuenta los cuatro criterios antes mencionados, que puede ir de la simple descripción a la explicación, que va desde la visión global de un fenómeno a la explicación de los procesos analizados. Tomando en cuenta los cuatro criterios son necesarios para la comprensión de la industria cultural y se incluyen unos a otros. La importancia de la industria cultural y la difusión cultural constituye un primer nivel de simple aprensión cuantitativa de un fenómeno, la utilización de una tecnología industrial de reproducción en serie identifica un segundo nivel de comprensión que hace énfasis en las características técnicas; La corriente teórica de la industria cultural dentro del neoliberalismo mira desde una perspectiva económica el desarrollo de esta industria.

Finalmente eel autor introduce la importancia del fenómeno de la recuperación de una tecnología industrial y de un proceso de productos culturales, inscritos en la forma de organización del trabajo, que prevalece dentro de la distribución y circulación de estos productos . (Tremblay, 1994;41)

Por su parte García Canclini (1995) analiza cual es el lugar que México ocupa en la importación de películas a nivel internacional "México, que apenas ocupaba en 1990 el 16° lugar entre los importadores de películas norteamericanas, ascendió en 1993 al 10° puesto, a nivel mundial con una inversión de 36.9 millones de dólares".(García Canclini;1995, pp119).

En la década de los 90 es indudable que el cine ha encontrado nuevas formas de consumo; el incremento de videoclubes y del número de películas rentadas es una muestra de ello.

"Aun en los países latinos de Europa que defienden 'la excepción cultural' en el libre comercio, hay quienes conciben al cine y la televisión como simples mercados, donde la libre competencia debiera dejar que los espectadores decidan qué vale la pena exhibir y qué no.... 'Así está saliendo. Puede que el porcentaje del cine americano malo sea un poco inferior: el 80%; quizá en razón de que se ha llevado a los mejores creadores del mundo, tiene una potencia económica alta y, se ha quedado con nosotros.' En suma, la crisis del cine no puede versa ya como cuestión interna de cada país ni aislada de la reorganización de los mercados simbólicos. Es parte del debate sobre las tensiones entre libertad de mercados, calidad cultural y modos de vida propios."(García Canclini;1995,121)

"Pero ahora se ve que la redefinición de las identidades nacionales no la hacen sólo el cine y la televisión y el video, sino el conjunto de las 'autopistas de la comunicación'. La transmisión por satélite y las redes de cable óptico transforman la comunicación científica (correo electrónico, telemedicina, la informática en las oficinas), los servicios bancarios e interempresariales, y, por supuesto, la distribución de espectáculos culturales. Desde Estados Unidos, la empresa Turner programa la circulación de películas, caricaturas y noticias en muchos países latinoamericanos y ahora comienza a hacerlo en algunos europeos, como Francia. En pocos años las películas estadounidenses llegarán por satélite a las salas de exhibición de centenares de ciudades en todos los continentes, sin las complicaciones aduanales de los filmes enlatados y los videos..."(García Canclini;1995,125) Para García Canclini Canclini (1995) afirma que el debate europeo actual replantea las políticas de comunicación masivas transnacionales, al menos en tres puntos:



a) La relaciones entre lo nacional, lo continental y la globalización. No faltan explosiones chovinistas racistas en América Latina y en Europa...¿Cual es el origen de Bach o de Danton ?... Un asunto decisivo para que este espacio latinoamericano represente nuestra multiracialidad es si actuará en forma descentralizada y reconociendo la diversidad de estilos y estéticas regionales. La tendencia actual es concentrar la televisión y otros medios audiovisuales en dos o tres oligopolios.(García Canclini;1995,126)

b)La articulación entre los servicios públicos y los intereses privados. Precisamente por ser tan vigorosa su influencia masiva, por requerir altas inversiones y tanta eficacia, las nuevas tecnologías audiovisuales no deben depender predominantemente de los aparatos burocráticos de los Estados; por ser el espacio cultural donde más se acentúan las desigualdades y asimétricas entre sociedades tampoco pueden quedar libradas sólo a la competencia internacional entre mercados." (García Canclini;1995,127-129).

El desarrollo de las nuevas tecnologías tiene una importancia para el desarrollo actual de la industria cultural, este desarrollo es de especial relevancia en la esfera de las telecomunicaciones, la informática y la robótica.

Como industria cultural se compone de dos vertientes por un lado el industrial (producción, tecnología, mercado) y por la otra el discurso (contenido discursivos, circulación de formas simbólicas, en películas, programas, etc.).

En un periodo relativamente corto, la videogradora se ha transformado en un complemento común del televisor . "La videogradora es una unidad compacta que puede conectarse a un equipo existente de televisión; permite al usuario grabar los programas que se transmiten a través de las cadenas establecidas, y reproducir programas grabados o películas pregrabadas. La grabación magnética es una forma de almacenamiento de información en que la pista o canal consiste en partículas magnetizadas que cubren una cinta plástica. La información entra en el canal en forma de impulsos eléctricos que producen variaciones en un campo magnético y éstas generan a su vez un patrón en las partículas magnetizadas de la cinta. La información se puede decodificar al pasar la cinta por encima de otro electromagneto, en el cual se genera una corriente modulada que se puede amplificar y proyectar. A fines de la década de 1950 se adaptaron tales principios para permitir la grabación de imágenes. Grabar una imagen requiere un nivel mucho más alto de almacenamiento de información (alrededor de 200 veces más que la grabación de sonido) y, por tanto, las grabadoras emplean un mecanismo más complejo para grabar y decodificar la información" (Thompson, 1993, 227).

"A fines de los años setenta y comienzos de los ochenta, la cantidad de videograbadoras en uso doméstico aumentó de manera drástica y así pasó de casi un millón que había en 1976 tanto en los países de la Comunidad Económica Europea como en Estados Unidos, a más de 30 millones en los países de la CEE y a un poco menos que 40 millones en Estado Unidos hacia 1986. Cerca de un tercio (alrededor de 170 millones) de todos los hogares del mundo equipados con televisores contaban con videograbadoras a mediados de los años ochenta. La proporción de hogares que poseen televisores varía considerablemente de un país a otro. (Thompson, 1993, 228).

En México existe muy poca información sobre el número de videograbadoras en los hogares, "... Una fuente señala que 1984 existían entre 150 y 200 mil, A partir de 1985 la cifra creció vertiginosamente y para fines de los ochenta se tornó aún más efervescente. Samuel Kreimerman, Presidente de la Asociación de Productores y Reproductores de Video, asegura que en 1988 existían aproximadamente de 3 a 4 millones de videocaseteras Beta y 100 mil VHS, cifra poco creíble.

Por su parte la revista Videomonitor refiere 2 millones en 1987 y 4.5 millones en 1990. Justino Compeán, actual Director General del grupo Videovisa, da una cifra menor pero quizá más realista 4 millones de videohogares contra 14 millones de telehogares, mientras José Díaz, Presidente de Video Universal afirma que hay 5 millones de videohogares y 20 millones de telehogares en 1990" (Picazo, 1994:30).

"En sus inicios (1925), la proyección de imágenes por medio de la televisión era débil y oscura, a pesar de que se utilizaban grandes cantidades de luz. Después surgieron el videotape y el videodisco.

En 1959 apareció la grabadora, en 1956 AMPEX de Estados Unidos introdujo el primer magnetoscopio grabador y reproductor de imágenes. En 1966 las transnacionales japonesas se lanzaron a la fabricación de la videograbadora. (Sony, Matsushita, Hitachi y Sanyo). La pionera en el campo de las innovaciones era Sony.

En 1981 sólo Philips se había lanzado a la fabricación de las videograbadoras En 1972 la empresa holandesa dio a conocer la primera videograbadora de color V.C.R. con un formato de 1/2 pulgada. Además de la Philips hubo otros intentos de parte de la CBS y AVCO, pero fracasaron debido, en gran parte, a una tecnología insuficiente y un alto costo de los videocasetes, 35 dólares por videocasete virgen de 60 minutos. (Gomez-Mont,1992:127).

En los años ochentas se desarrolla el uso masivo de la videocasetera, en el contexto de la economía global queda de manifiesto la dependencia tecnológica de México, con dos países principalmente, Estados Unidos y Japón. Han existido ciertos intentos por fabricar equipos de video, esto no ha llegado a ser una realidad en México, no sólo por nuestra dependencia tecnológica sino también por la competencia desleal de las maquiladoras, que ha instalado en México ensambladoras o armadoras de video de las marcas Tokai, Fuji, Panasonic, Sony y Hitachi, que importan las partes o accesorios esenciales de los aparatos ensamblados que en México hubiera sido muy riesgoso fabricar a los precios internacionales (Picazo,1992:41)

Ubicadas en su mayoría en la frontera Norte del país, las maquiladoras usan fundamentalmente mano de obra barata, "México cuenta con los salarios más bajos del mundo en 1989 los salarios por hora en Taiwán eran de 3.15, en Corea de 2.95, en Singapur de 2.90 y en Hong Kong de 2.60 en México eran de 1.29 dólares" (Picazo, 1992:21).

"En 1988, de las 1529 maquiladoras en el país, 113 se dedican a ensamble de aparatos eléctricos y electrónicos, no existe la categoría de "reproducción de sonido e imagen) de estas 84% son de capital nacional y las restantes extranjeras, 28 de ellas son de capital Estadounidense.

De las 164 empresas japonesas en México 56 son maquiladoras, y 48 están ubicadas en estados fronterizos, más del 95% lo que significa que su producción está dirigida a los Estados Unidos. El 48.2% se dedica a la producción de materiales y accesorios eléctricos y electrónicos, utilizados en productos que serán terminados en plantas filiales terminados en Estados Unidos, y que luego llegarán a México como mercancía de importación.

Las 271 maquiladoras con capital Estadounidense perteneciente al rubro de materiales eléctricos y electrónicos empleó en 1985 a 45 795 personas y en 1988 a 63 439. (Ver Picazo;1992)

Los impuestos para adquirir una videocasetera del 40% sobre el costo, la única posibilidad de adquirir una video era el mercado negro. Después del 6 de noviembre de 1986, fecha en que fue ratificada la adhesión de México al GAT el contrabando desaparece, baja al 2% el impuesto, y se puede comprar sin problema legal, con la llegada del TLC, la proliferación en su uso es evidente como hemos dicho anteriormente.

" En América Latina también el video tuvo una veloz difusión. Los tres países con mayor número de videohogares son Brasil (7.5 millones) y Argentina (2.7). En cuanto al tercero México, es el que se registra un porcentaje más alto en el conjunto de la población: 34 por ciento." (García Canclini; 1994, 34)

"A partir de 1985, el surgimiento de videoclubes para rentar películas ofreció un nuevo modo de uso de las videocaseteras, de acceso al repertorio cinematográfico y también un recurso novedoso de entretenimiento eso prometió vender o rentar fácilmente películas de cualquier calidad y engendró por tanto una expansión contagiosa en los tres primeros años surgieron el 36 por ciento de los videoclubes existentes hasta hoy (1994).

"...Se estima que de los 9589 videoclubes registrados, cerró un 40 por ciento, sobre todo "independientes ". El negocio quedó casi totalmente en manos de los 1769 videocentros y macrovideocentros abastecidos por Videovisa (con 76 por ciento de películas estadounidenses) Videomax (70 por ciento del mismo origen). Muchas empresas reproductoras medianas y pequeñas, que distribuían una oferta más diversificada, fueron desapareciendo." Con la apertura de tiendas Blockbuster, a partir de 1991, de las 56 tiendas que actualmente posee en el país se abastecen en un 70 por ciento con cintas compradas en Videovisa.(García Canclini;1994;35).

Para concluir podemos decir que el Estado Mexicano, en el mejor de los casos, parece al margen de la discusión de cual es su función frente a este lucrativo negocio;el cine en video.

Bibliografía.

ADORNO, T.W.y Horkheimer "La industria de la cultura; ilustración como engaño de las masas" en Curran Gurevitch, Woolacot, Sociedad y comunicación de masas. Ed. Fondo de Cultura Económico México 1981.

ALVATER, Elamar. "Sobre las bases Ecológicas del modelo Fordista" en Economía Teoría y Práctica Ed. Nueva Época; número 3: Universidad Autónoma Metropolitana, México 1992.

GARCÍA CANCLINI. Néstor Los nuevos espectadores. Cine, televisión y video en México.ed, IMCINE y CONACULTA México 1994

GARCÍA CANCLINI Néstor Consumidores y Ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización Grijalbo. México 1995

GOMEZ-MONT Carmen El desafío de los nuevos medios de comunicación en México AMIC-DIANA México 1992.

PICAZO SANCHEZ, Leticia Una década de Video en México 1980-1990 Trillas México 1994.

THOMPSON, John Ideología y cultura moderna. Teoría crítica social en la era de la comunicación de masas. ed. Universidad Autónoma Metropolitana- Xochimilco México 1993

TREMBLAY, Gaëtan. Le discours sur industries culturelles. Canada 1994.

Créditos Fotográficos:

San Andrés Chalchicomula. Estado de Puebla. **Hugo Brehme.**

[Regreso](#)

Salto de Juanacatlán. Estado de Jalisco. **Hugo Brehme.**

[Regreso](#)



[Regreso al índice de esta edición](#)

