

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE QUERÉTARO

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

**El sentido del cine en la teoría de sociedad de
Niklas Luhmann.**

Análisis sistémico sobre la autopoiesis cinematográfica.

Maximiliano Kopca Cubos

Dirigido por
Dr. Víctor Gabriel Muro González

A Edith, por las tardes en la azotea y los libros que me leía,
a Hugo, por aprender que está bien no saberlo todo,
a Jorge, por la sinceridad y apoyo mutuo,

y a Silvia Olaya Sánchez, que siempre está conmigo.

Agradezco a los maestros y maestras que me enseñaron otro mundo. En especial a los Doctores Juan José Lara, Gabriel Muro y Guillermo San Román por ser ejemplo y guía.

Complementando mi pasión por las ideas, agradezco a mi familia por los fundamentos que me dieron para vivir, en esta travesía de escritura lo más importante fue el crecimiento emocional y personal que llevaré como un pequeño incendio.

¿El simple mirar no es - mirar abismos?

-Friedrich Nietzsche, *De la visión y enigma*
de *Así habló Zaratustra*.
Un libro para todos y para nadie.

El hombre se ve obligado a vivir en medio de lo incomprensible, que a la vez resulta detestable. Si bien aquello tiene también cierto encanto, algo que llega a fascinarlo. La fascinación de lo abominable.

-Joseph Campbell, en *El corazón de las tinieblas*.

Índice

1. Introducción	7
1.1 Planteamiento y justificación	7
1.2 Pregunta de investigación y objetivo general.....	12
1.3 Objetivos secundarios y preguntas auxiliares.	13
1.4 Hipótesis.	14
2. Método	16
2.1 Delimitación del objeto de estudio.	16
2.2 Disquisición sobre el método.	18
3. (Aparato Crítico) Descripciones de la comunicación masiva	20
3.1 Comunicación	20
3.2 La distinción de los medios masivos de comunicación.	22
3.2.1 Pragmatismo científico.....	24
3.2.2 Denuncia de Industrias Culturales y su Crítica.....	25
3.2.3 La Escuela de Birmingham y el concepto de Cultura.	34
3.2.4 Teóricos latinoamericanos.....	39
3.2.5 Disquisición sobre el Internet.	42
3.3 Descripción de los estudios de los medios masivos.	42
3.3.1 Efectos.....	43
3.4 Sobre las estructuras y coyunturas de los paradigmas de los medios masivos	47
4. (Marco Teórico) Teoría de Sistemas Sociales Autopoiéticos	53
4.1 Introducción a la complejidad.	53
4.2 Visión de sociedad.....	55
4.3 Principios epistemológicos.	57
4.3.1 Observaciones y Deconstrucción.	57

4.4 Principios de arquitectura teórica.	66
4.4.1 El sentido y el código.	66
4.4.2 Comunicación.	72
4.4.5 Sistema/Entorno.	74
4.4.4 Médium/forma.	76
4.4.5 Sistemas Sociales.	77
4.5 Disensiones.	79
5. (Marco Teórico) El sistema social de los medios de masa.	87
5.1 La importancia y la definición de los medios de comunicación de masas.	87
5.2 La doble realidad.	91
5.3 La emergencia y contingencia de los Mass Media.	97
5.4 Funcionamiento de los Mass Media.	99
5.4.1 Código.	99
5.4.2 Relación código-tecnología.	100
5.4.3 Tecnología expansiva y extensiva.	102
5.4.4 Temas y funciones.	105
5.5 Campos programáticos.	107
5.5.1 Noticias y reportajes.	108
5.5.1.1 Sospecha de manipulación.	112
5.5.2 Publicidad.	120
5.5.3 Entretenimiento.	125
5.5.4 Documentales.	135
6. El cine de la sociedad.	137
6.1 La construcción de sentido desde el cine.	139
6.1.1 Código cinematográfico.	140

6.1.2 Dimensiones del sentido cinematográfico.....	144
6.1.3 Paradoja del cine.....	147
6.1.4 Especificidades comunicativas del cine.....	149
6.1.4.1 Emoción como medio de comunicación simbólicamente generalizado y sus mecanismos simbióticos en el cine.....	152
6.1.5 Memoria del sistema cine.....	155
6.1.5.1 Identidades de sentido en el cine.....	157
6.1.5.2 Lenguaje cinematográfico.....	159
6.1.5.3 Temas.....	167
6.1.5.4 Funciones del cine.....	178
6.1.5.5 Géneros cinematográficos.....	182
6.1.5.6 Diferenciación interna. Sistemas de organización y Audiencia.....	184
6.2 Acoplamientos estructurales del cine.....	191
6.2.1 El cine observando.....	191
6.2.2 El cine observado.....	192
6.2.3 Acoplamientos estructurales.....	194
6.2.4 Acoplamientos y Equivalencias entre arte y entretenimiento.....	199
6.3 Conclusiones.....	208
Bibliografía.....	213
Anexo.....	218

1. Introducción

1.1 Planteamiento y justificación

Cada época es única en cuanto a su momento histórico. La sociedad moderna se caracteriza por los avances científicos tanto en medicina, ingeniería, física e informática, entre otros campos. Algunos de estos logros permiten nuevas formas de comunicarse.

Sin embargo, estos avances no han erradicado problemáticas que ya han atravesado los siglos de diferentes formas concretas: la marginación expresada en pobreza, en racismo o en discriminación por género; las guerras por territorio, por recursos o por creencias. Todas ellas presentes en los tiempos excepcionales de la época actual.

La historia de la sociedad, entendida como comunicación, comenzó con las civilizaciones arcaicas de hace milenios. Ellas se valían principalmente de las relaciones orales, progresivamente los descubrimientos y creaciones permitieron medios que lograron nuevas formas de relacionarse. En los más de doce mil años de historia humana desde las primeras construcciones arquitectónicas han ocurrido diversos puntos clave en el desarrollo de la técnica –la agricultura y la metalurgia por nombrar sólo los primeros– pero de los grandes avances que permiten superar la limitación temporal para la perpetuación de los conocimientos y avances intelectuales, la más importante, sin duda, es la escritura. Este fue el comienzo de la historia que siglos después se revolucionaría con la imprenta, momento que podría iniciar los procesos más complejos de organización humana.

Si se vacía el contenido de aquello que se diga, escriba o imprima, estos medios de comunicación crean formas de relacionarse. Ahora actualmente tenemos la radio, el teléfono, la televisión y el Internet.

La anterior revisión, muy general, es necesaria para llegar a la importancia histórica del invento patentado el 13 de febrero de 1895: el cinematógrafo. Este artefacto permitió la innovadora comunicación visual, esto es, grabar y proyectar. Aunque los avances en esta tecnología hasta el día de hoy han superado enormemente a esas primeras técnicas de los hermanos Lumière, la posibilidad de ver desde otros ojos quedó planteada ese año de finales del siglo XIX; espacio y tiempo trastocados por la tecnología humana.

Los precedentes –como las sombras chinescas, la linterna mágica o los juguetes como el taumotrope– no se compararon con la capacidad del cine en cuanto a grabación y presentación de lapsos reales. La ilusión de movimiento, y después la inclusión de sonido, convirtieron a estos filmes en los relatos más cercanos a la realidad que se habían podido representar desde las artes o la ciencia.

La expansión de este medio de grabación y reproducción de videos a las áreas de entretenimiento, de documentación científica, de noticias, de publicidad y de cualquier otra expresión similar que pueda encontrarse, inclusive en los recónditos rincones del Internet, hace cuestionarse sobre el proceso de esta forma de comunicarse, es decir, de los videos para la sociedad, sobre la sociedad y desde la sociedad.

Nunca habíamos tenido herramienta que pudiera relatar de manera audiovisual las mitologías antiquísimas, la capacidad de observar desde otra perspectiva, con una narrativa casi onírica. Las interrogaciones sobre los efectos del cine son varios: cuestionamientos sobre la relación entre filmes y los individuos en su identidad –problema de la psicología o neurociencias–, la accesibilidad económica a la producción y apreciación del cine es sin duda un problema socioeconómico. Aquí resalta el uso yuxtapuesto de imágenes y su inmediata aceptación como hechos reales, o por lo menos posibles y coherentes, que la imaginación humana hace posible al llenar los espacios vacíos en la continuidad de la narrativa fílmica, cómo sus contenidos afectan emocionalmente a los espectadores, a pesar de que estos saben que son historias ficcionales.

Lo que hace a este fenómeno cinematográfico un problema propio de la sociología, desde la perspectiva de Luhmann, es el hecho de que es y produce comunicación. Este proceso se detallará extenuantemente en este trabajo y se buscará su adecuada categorización y definición del cine en la sociedad.

Para acotar lo que hasta ahora se ha descrito como fenómeno audiovisual hay que diferenciarlo de los medios de comunicación que utilizan este avance tecnológico aplicable a todos los sistemas sociales. Las investigaciones policiales que usan el video, los juicios en los que sus pruebas principales son grabaciones de cámaras, los eventos políticos de

propaganda televisiva, la denuncia de desastres naturales o sociales que se pueden comunicar por medio de reportajes audiovisuales, la herramienta educativa de exponer filmes didácticos, el uso para la ciencia y su posterior difusión son unos de los muchos usos que la sociedad le da al video, y también habría que anotar las consecuencias de asumir las grabaciones como absolutamente fidedignas a la realidad, esto comprueba que el medio es usado de múltiples formas en la sociedad.

Ante este amplio uso de materiales audiovisuales como comunicación, este trabajo se acota en el cine para su estudio formal. En el eficiente método, para su época, de grabación y proyección del cinematógrafo de los hermanos Lumière se encuentra el origen de las ramificaciones ya mencionadas del uso del video, sin embargo, es más usual ver esa fecha como el evento fundacional del cine. Los filmes ficcionales y documentales son por excelencia obras identificables como cinematográficas, quizá también el poco difundido cine experimental. Por esto, aquí se considera sustancial estudiar este fenómeno para explicar de una forma más detallada y compleja este aspecto comunicacional de la sociedad por medio del uso de videos.

Volver al cine para problematizar la característica de comunicación audiovisual, tanto en el medio de la televisión como en Internet, es resaltar los ejes que constituyen lo que es considerado como cinematografía, entre ellos y de los más significativos, la edición. El descubrimiento tanto en la práctica como en la teoría cinematográfica de la edición, que podría ser el verdadero inicio del cine, abre el espacio para las discusiones sobre la legitimidad de los materiales audiovisuales en referencia a la realidad y su manera de crear contenido, difundirlo e interpretarlo.

Actualmente las instituciones concretas que producen el cine, proceso no barato si es entendido de forma de comunicación masiva, se han estudiado y catalogado como industrias culturales –término de la teoría crítica de Frankfurt– o industrias creativas –término de Frédéric Martel en su libro *Cultura Mainstream*–; ellas son las encargadas de la producción y difusión de los filmes. Aunque su estudio factual también es pertinente, como el interesante fenómeno de la proyección masiva de los filmes, tanto en la televisión, multicines o por

Internet –descarga o en línea–, en esta tesis se prima el tratamiento teórico del proceso comunicativo, es decir la forma común que tienen todos los filmes independientemente de la empresa de origen o del contenido que busquen difundir.

Sin embargo, estos aspectos mencionados –la transmisión de los productos audiovisuales por medios no interpersonales, es decir, los llamados medios de comunicación de masa– son los que conforman las limitaciones del estudio sociológico del cine.

En cuanto al aspecto epistemológico de los procesos en los campos de la filosofía y la ciencia ocurridos durante el siglo XX sin duda han sido drásticos a comparación de los siglos precedentes. La sociedad que gestó y fue consecuencia de este panorama es la misma que la teoría de la ciencia social de Niklas Luhmann busca abarcar en sus procesos y elementos. Política, ciencia, religión, educación, economía en la sociedad moderna son algunos tópicos de sus estudios. Uno de sus objetivos es develar lo característico de cómo se construyen estos sistemas en la época contemporánea, con todas las características endógenas y únicas del siglo XX; y este estudio prepara las bases para interpretar el siglo XXI.

Desde estas disposiciones teóricas de los sistemas sociales autopoiéticos, el estudio sobre la configuración de los códigos y procesos únicos del cine para ubicarlo dentro de esta teoría de sociedad –y establecer las relaciones (acoplamientos estructurales) que pueda tener con otros sistemas, política o economía–, ofrece la base y el eje para el análisis de este peculiar medio de comunicación.

Este trabajo se hace con el objetivo de lograr un aprendizaje desde la ciencia social sobre la sociedad. Por ello, es de suma importancia adquirir el manejo adecuado de las categorías conceptuales más abstractas y generales, así como la comprensión de los procesos teóricos que explican el mundo observable en casos más específicos y también la identificación de medios de comunicación de masas. Por lo cual se logrará un estudio adecuado del tema aquí propuesto.

Finalmente, sobre la justificación de este tema, que, ante problemáticas urgentes como la pobreza, las relaciones políticas nacionales e internacionales, la marginación expresada en

las identidades de género, el trato institucional con los pacientes de trastornos mentales o muchas más situaciones de relevancia social, surge la cuestión ¿Por qué estudiar el cine?

La respuesta la podemos empezar a vislumbrar con dos anotaciones. La primera la hizo Aristóteles aproximadamente hace más de 2,300 años en su libro *Metafísica*, cuya primera página contiene una sentencia categórica: “la vista es de todos nuestros sentidos, el que nos hace adquirir la mayor cantidad de conocimientos y nos descubre las mayores diferencias.” La segunda, siguiendo esta línea que versa sobre la importancia visual, Jostein Gaarder, escritor y filólogo, narra:

podemos seguir una determinada palabra que significa «conocimiento» o «sabiduría» de cultura en cultura por toda la región indoeuropea. En sánscrito se llama *vidya*. La palabra es idéntica a la griega *idé*, que juega... un papel importante en la filosofía de Platón. Del latín conocemos la palabra *video*, que entre los romanos simplemente significaba «ver». (En nuestros días «ver» ha venido a ser una palabra equivalente a mirar fijamente una pantalla de televisión.) En inglés conocemos palabras como *wise* y *wisdom* (sabiduría), en alemán *wissen* (saber, conocimiento). En noruego tenemos la palabra *viten*, que tiene la misma raíz que la palabra hindú *vidya*, la griega *idé* y la latina *video*.

Como regla general podemos constatar que la *visión* era el sentido más importante de los indoeuropeos, pues la literatura de hindúes y griegos, iraníes y germanos ha estado caracterizada por las grandes visiones cósmicas. (Ves, ahí tienes la palabra otra vez: la palabra «visión» está formada precisamente a partir del verbo latino *video*.) Las culturas indoeuropeas se han caracterizado también por la tendencia a crear imágenes y esculturas de sus dioses y de lo que relataban los mitos.” (Gaarder, 1995: 184)

Las observaciones van desde Giovanni Sartori con *Homo Videns*, hasta las anotaciones hechas por los teóricos considerados como posmodernos, como ejemplo la llamada sociedad del espectáculo de Lipovetsky y aún más importante en su libro *La pantalla global*, en el cuál describe la invasión de este medio a casi todos los aspectos de la sociedad; el estudio de los procesos del cine y las relaciones con la sociedad se hacen más relevantes en la época actual, si todos los problemas anteriores son tratados y difundidos mediáticamente para formar parte

del imaginario social –Castoriadis– a manera de cuentos ficticiales o documentales por medio de las narrativas cinematográficas. Actualmente, Martel afirma que se lleva a cabo la batalla por los contenidos culturales como estrategia del *soft power*, y uno de los bastiones de ese proceso son las películas Mainstream. Luhmann afirma que estos medios de comunicación de masas lograron suplantar las mitologías, acto que se buscaba en el siglo XVII desde el pensamiento ilustrado. Podemos afirmar que actualmente, gusten o no, e independientemente del tipo de películas que disfruten, el cine está presente en la vida cotidiana. ¿Cómo es la relación de éste con la sociedad moderna?

1.2 Pregunta de investigación y objetivo general.

Sobre la pregunta de investigación es necesario hacer énfasis en su estructuración misma. Con la fundamentación de Immanuel Kant “¿cómo es posible conocer?”, siguiendo a George Simmel que elaboró su pregunta “¿cómo es posible la sociedad?”, Niklas Luhmann describe en su texto *¿Cómo es posible el orden social?* la importancia de la formulación adecuada para la indagación que dará estructura a la investigación posterior. Así, el sustento epistemológico se muestra directamente en el cambio de la pregunta *¿Qué?* Al *¿Cómo?*

Con la anterior disquisición, la pregunta general sencillamente es:

¿Cómo funciona el cine de la sociedad?

Esta cuestión necesariamente se debe especificar en términos de la Teoría de Sistemas Sociales Autopoiéticos en la siguiente forma:

¿Cómo el medio cinematográfico aporta la comunicación necesaria para la autopoiesis de la sociedad?

Las derivaciones de esta pregunta guían el cómo debe entenderse al cine desde una descripción científico social, y cómo sus epifenómenos interiores (la crítica, la taquilla, los premios, las audiencias, las industrias productoras) son enmarcados en una comprensión general.

Así, el objetivo general del trabajo es presentar un marco teórico que articule la comprensión del cine con la Teoría de Sistemas Sociales Autopoiéticos.

1.3 Objetivos secundarios y preguntas auxiliares.

- 1.- Realizar una observación sistémica de segundo orden para mostrar las utilidades e insuficiencias de las anteriores descripciones sobre los medios de comunicación masivos para la diferenciación del cine.
- 2.- Diferenciar al cine con la arquitectura conceptual de Luhmann, aplicando los conceptos sistémicos que permitan diseccionar el funcionamiento del cine, esto es, su autopoiesis.
- 3.- Encontrar los acoplamientos estructurales del cine con los sistemas sociales funcionales.
- 4.- Describir y explicar el proceso por el cual el cine produce sentido y mostrar su aplicación concreta para estudios sociales.

De este modo el resultado es el conocimiento concreto sobre los medios masivos de la sociedad actual, utilizando las categorías teóricas aprehendidas para lograr un análisis directo de problemáticas contemporáneas. El conocimiento se podrá utilizar en la medida que no se limite a un alto nivel de abstracción de una teoría demasiado general.

La investigación que continúa en esta dirección requiere de las preguntas auxiliares que complementen este primer acercamiento al tema. Por lo tanto, las preguntas son:

¿El cine logra una clausura operativa y acoplamientos estructurales? Es decir ¿Logra una autopoiesis para diferenciarse de la exclusividad técnica o extensión material de los productores y las organizaciones, y así diferenciarse como comunicación?

¿El cine produce sentido en términos comunicativos? ¿Cómo?

¿Cuáles diferenciaciones hay dentro del cine mismo?

¿Cómo las observaciones anteriores sobre el cine aportan conocimiento al análisis sistémico del cine?

¿Cómo son las relaciones del cine con los sistemas sociales?

¿Cómo es la evolución y estabilidad del cine, qué variaciones son seleccionadas y cuáles desechadas? ¿Cómo se reestabiliza?

La investigación que resulta de estos cuestionamientos aporta conocimiento para la pregunta ¿Cómo se describe esta sociedad actual por medio del cine?

No interesa aquí diseccionar las múltiples expresiones y facetas del cine, como los géneros, los gustos, las formas, las herramientas narrativas o las cualidades que tiene para lograr el éxito comercial de las películas. Lo pertinente aquí es analizar al cine como *comunicación* dentro del marco conceptual de sistemas autopoieticos. Entonces, esta investigación estudia las características que lo diferencian y hacen único de otros modos de comunicación en la sociedad, así como las diversas implicaciones que este medio de comunicación masiva contiene. Como Niklas Luhmann explica en su descripción del estudio del arte, la ciencia social se irrita a sí misma a través del arte, con perspectiva socioteórica el conocimiento busca “no extraerse de la observación de las obras de arte y [sí] demostrarse en el empleo comunicativo de dichas obras.” (Luhmann, 1995, 13)

1.4 Hipótesis.

El cine comunica audiovisualmente observaciones narrativas sobre la sociedad, presentadas en la diferencia de entretenimiento o arte, y forma parte del sistema de medios de comunicación masiva.

Hay tres grandes temas a tratar en esta tesis: la diferenciación y clausura del cine, la relación cine-individuo-sociedad y el análisis y crítica de las descripciones tradicionales de entender los dos primeros. Antes de continuar, es necesario hacer una aclaración sobre el vínculo entre cine-individuo-sociedad. Esta relación es quizá de origen al surgimiento de la

sociología y el debate de los límites entre individuo y sociedad ha estado siempre presente con diversas soluciones, ambiguas discutibles, inciertas o enigmáticas. Ante este dilema, precisamente la teoría de sistemas presenta una nueva perspectiva de ver esta aparente oposición para la sociología, se presentará su formulación en el apartado del marco teórico.

La hipótesis de esta tesis surgió como contraposición a la visión tradicional de la teoría crítica originaria de la Escuela de Frankfurt: *El cine es un medio que configura la conciencia de la audiencia al producir y reproducir valores hegemónicos en la sociedad*. Sin embargo, al utilizar la teoría de Niklas Luhmann como herramienta teórico–conceptual para analizar esta hipótesis el estudio cambia a la visión post-humanista de la teoría de sistemas. Es así como la tesis se configura como un análisis sistémico de la teoría sobre los medios de comunicación masivos y en específico sobre el cine.

2. Método.

2.1 Delimitación del objeto de estudio.

Con el título del cuento *¿De qué hablamos cuando hablamos de amor?* de Raymond Carver, se usa la retórica para definir nociones cotidianas. Estas son las palabras por las que se jura, se amenaza, se ofrece o se pide, pero de las cuales no se tiene claro el significado.

De la misma manera aquí está el problema presente: ¿Cómo delimitar el concepto de cine? pero más importante aún es la pregunta kantiana de ¿Cómo es posible la comunicación cinematográfica?

Primero hay que observar la observación para delimitar su operación. La operación de observar al cine presente en esta tesis es una observación que tiene la pretensión de ser una observación científico social, desde el subsistema de la sociología, perteneciente al sistema de la ciencia -sistema social diferenciado perteneciente al sistema omnicomprensivo llamado sociedad-. Consecuentemente la forma de delimitar el concepto cine se hace con ambición de obtener conocimiento verdadero, científico, falsable. Así mismo, la tesis debe describir el cine como comunicación para limitarlo como una contingencia social desde una perspectiva socioteórica. Por lo tanto, el modelo teórico que aspira construir, parafraseando y adecuando a Luhmann cuando observa al sistema arte, no debe extraerse de la observación de las obras cinematográficas y sí demostrarse en el empleo comunicativo de dichas obras (Luhmann, 2005: 13).

Es pertinente recordar constantemente que con la base sistémica no se busca una ontología del cine en el sentido de objeto, y sí una descripción como operación comunicativa contingente ante la incertidumbre.

Una vez establecida la forma de observar, hay que indagar en las condiciones de posibilidad de esta contingencia comunicativa. Sin duda la primera condición que resalta es la tecnología. Para ser claros: el cine no es exclusivamente la técnica. La acción de grabar y proyectar imágenes que simulen el movimiento no puede ser considerada como la operación comunicativa diferenciada como cinematográfica, ya que carecería de muchas características sistémicas, como la producción de sentido. El cine se configura con la comunicación de

sentido, ya sea como entretenimiento, arte o narración. Cuando inicia con George Méliès, el cine documenta al mundo “con intención preestablecida” (Bustos, 2015). Con esto se deduce que ante la condición técnica hubo una emergencia comunicativa que se construye a sí misma independientemente y con las opciones contingentes disponibles se dio de una forma específica ya dada al momento de preguntar por ella, y se busca reespecificar con la respuesta a la pregunta ¿cómo es posible la comunicación cinematográfica?

Por otra parte, también se debe mencionar los sistemas sociales de organización identificados como *industrias creativas*, según Martel. Si nos adelantamos en la hipótesis de que el cine es un subsistema social diferenciado, no excluye que cuente con organizaciones e instituciones dispuestas a realizar el código sistémico. De igual manera existen las organizaciones de proyección y distribución -legal e ilegal- correspondientes a este sistema social. Inclusive se incorpora la extrapolación de la pantalla cinematográfica a las pantallas chicas -televisión, smartphones, tabletas digitales- con las nuevas plataformas de producción y distribución de filmes y series -consideradas televisivas pero que ya cuentan con estructura cinematográfica-, sobresaliendo el ejemplo de Netflix.

Otro aspecto para retomar es el cuestionamiento del cine como arte o entretenimiento con las aportaciones de la teoría de sistemas sociales, mismo tema que ubicará al cine como parte de los sistemas sociales.

En cuanto al empleo comunicativo que se hace del cine, podemos distinguir la diferencia Crítica especializada/Audiencia, y sus diferentes observaciones y descripciones, así como los sistemas de interacción originados de aquí.

La característica esencial de lo que constituye a las operaciones cinematográficas es la narratividad. Como lo denomina Fernando Bustos Gorozpe, la fantasía, ilusión, como especie de mentira que se hace realidad con la imaginación del espectador; citando a Alain Badiou “es un arte de la relación y no un arte de lo que muestra”. (Bustos, 2015)

2.2 Disquisición sobre el método.

El método usado es consecuente a la teoría: Equivalencias Funcionales. Puesto que con él se permite coherencia con los postulados epistemológicos de la teoría social usada, tal como el rechazo a una explicación ontológica causal “orientado a la comprobación de la sustancia inmutable” (Innerarity 1987: 15). Además, permite construir el conocimiento desde el sistema ciencia, convirtiendo la contingencia en certeza -de acuerdo con los axiomas sistémicos.

La equivalencia funcional permitirá estudiar al cine como un proceso de selección de información, de darla a conocer y de entendimiento (proceso comunicativo), y no como un objeto dado del cual se define el ser.

Si entendemos al mundo como una complejidad en la que existe un exceso de posibilidades, también coexiste la demanda de la obligación de seleccionar. A esa obligación se le llama contingencia y la contingencia es riesgo (Innerarity, 1987: 12). Entonces los sistemas son formas de seleccionar y se crean a sí mismos. Los sistemas sociales se fundan con el proceso comunicativo y dan un orden contingente al mundo a través del sentido.

En este contexto la investigación se concentra en el “género de fenómenos cuya característica común es la de producir un mismo efecto” (Innerarity, 1987: 15). Así, la técnica comparativa funcional “establece marcos de referencia (problemas) respecto de las cuales se puede tratar lo distinto como igual, como funcionalmente equivalente (Innerarity, 1987: 15).

Concluyendo, con el método de las equivalencias funcionales se busca indagar en el cómo el cine construye sentido en términos comunicativos, como esa función es equivalente a otros marcos de referencia y se realizará una constante comparación entre el cine y los demás sistemas, para describir el cine como una forma contingente de construir sentido al mismo tiempo que coexisten otras formas en que se puede cumplir su misma función desde otros sistemas sociales, por lo tanto se encontrara la unidad de la diferencia.

3. (Aparato Crítico) Descripciones de la comunicación masiva.

Para proseguir, se indaga en las anteriores observaciones sobre el tema de esta tesis. Se comenzará por diferenciar los conceptos más generales, abstractos y que permitan la morfogénesis del intencionado marco teórico sobre el cine en la teoría de sistemas sociales.

3.1 Comunicación

El proceso hace diferente a la sociedad en el mundo es la comunicación. Conceptualizarla se remonta usualmente a la *Retórica* de Aristóteles, escrito aproximadamente entre los años 338 al 335 antes de nuestra era. Este filósofo tiene uno de los textos más antiguos en el que se rastrea un esquema básico aun presente en los estudios de este fenómeno. Comúnmente la definición de comunicación aristotélica se iguala con la de retórica: “reconocer los medios de convicción más pertinentes de cada caso” y “reconocer lo convincente y lo que parece convincente” (Aristóteles, 2015: 34) Aunque se habla de *retórica*, esta definición plantea un problema que ha persistido a través de milenios; ya que como menciona Quintín Racionero en su prólogo a la obra del filósofo griego “Aristóteles no ha concebido otra forma de *comunicación* que la *persuasión*. Y, en realidad, ¿la hay?” (Aristóteles, 2015: 13)

Como se observa hay una influencia del pensamiento aristotélico tanto en Luhmann como en esta tesis al comenzar a estudiar la visión y la comunicación. En este sentido, la persuasión en niveles de interacción interpersonal no significaría una contradicción con la clausura operativa del sistema planteada por la teoría del sociólogo alemán. Reconocer al otro (*Alter*) y esforzarse por convencerlo, sin que exista una transferencia de significado, mientras ese otro también realiza interpretaciones de las palabras y acciones es similar a la clausura operativa y las observaciones del entorno en términos sistémicos.

De entrada, Aristóteles plantea un tópico de discusión importante para la tesis cuando se estudia al cine desde la teoría de sistemas sociales: ¿la comunicación cinematográfica es persuasión? Esto evoca justo la premisa de la Teoría Crítica: la manipulación de la conciencia. Sin embargo, desde Aristóteles la persuasión no significa manipulación. No hay una penetración directa a la mente del receptor, debido a que existe una clausura operativa entre la audiencia y el cine, o entre los diferentes sistemas sociales y el cine. En cuestiones

sociológicas, los sistemas sociales son marcos de referencia, son perspectivas de seleccionar información con un sentido. Entonces, ¿los sistemas sociales buscan convencer de ver al mundo con un sentido establecido por ellos mismos? La respuesta es afirmativa, si se toma en cuenta las anteriores definiciones de convencimiento y las posteriores de sentido. Por el momento no será esencial detenernos más en la primera definición de comunicación, sin intentar mantener varios compromisos epistemológicos se continuará con la revisión de la literatura.

Otra definición esquemática de la comunicación se le debe a Harold D. Lasswell. Su famoso paradigma *¿Quién dice qué, a quién, por qué canal y con qué efecto?* retoma los principios de la pregunta *¿quién dice qué a quién?*, y añade elementos importantes mientras sirve a sí mismo de modelo para los estudios de los medios de comunicación masivos.

El paradigma de Lasswell ha servido para entender a la comunicación en la forma básica de emisor, mensaje, receptor, canal y retroalimentación. Sin embargo, el trasfondo y las consecuencias interpretativas de considerarlo un axioma para estudiar al mundo social implica varios obstáculos para observar su complejidad. Por el momento, para resaltar sus aportes al análisis del cine es importante analizarlo desde la perspectiva post-humanista de la teoría de sistemas sociales.

Estas dos primeras aproximaciones -Aristóteles y Lasswell- plantean los elementos considerables para la definición de comunicación, para los efectos producidos por ella y para el tema de los medios de comunicación masiva.

Es necesario un marco contextual histórico de los diferentes paradigmas teóricos sobre los medios masivos de comunicación. Así será posible señalar los alcances y limitaciones dependiendo de sus principales definiciones, sus características en común que se mantienen a través de los años desde distintas posturas, sus elementos en disputa y sus ausencias. Con una recordación constante de que esto es una observación desde la teoría de sistemas sociales autopoieticos. Por lo que hablar de efectos producidos por la comunicación tiene sus oposiciones.

Primero se divide el problema en tres secciones, entendidas como cuestiones principales del aparato crítico. La primera consiste en la definición de los medios masivos de comunicación. La segunda es sobre la identidad de los *estudios* de los medios masivos de comunicación, en esta se contiene tanto el problema de definición epistemológico y metodológico como las variables y las constantes que se deben tomar en cuenta para la investigación de sus diferentes campos. Y finalmente, la tercera sección muestra los diferentes paradigmas de los estudios de los medios masivos de comunicación, dependiendo de su ubicación temporal, de las bases conceptuales o de la importancia que se les den a ciertas variables. Con estos ejes, se puede proseguir tanto a un estudio de etnometodología del campo de producción cinematográfica, a la teorización concreta del cine y al análisis de los distintos contenidos y formas del cine contemporáneo.

Para buscar las características principales del problema aquí planteado se utilizarán los artículos *La evolución de la teoría de los efectos de los medios de comunicación de masas* de Felipe Alonso Marcos, *Enseñar las hipermediaciones* de Carlos Alberto Scolari y *Orígenes e inicios de los estudios culturales* de Eguzki Urteaga.

3.2 La distinción de los medios masivos de comunicación.

Los rasgos característicos de los medios masivos, que sobresalen en la mayoría de los paradigmas de estudio, son: el uso de medios técnicos, el carácter público de su accesibilidad, los alcances indirectos de su mensaje y canal, la unilateralidad de su comunicación y lo disperso de su audiencia.

Si bien estos atributos son la base general y amplia para su definición, retomando los modelos de Aristóteles y Lasswell, se puede comparar tanto a los medios masivos de comunicación, como a los estudios y a los ejemplos concretos dentro del esquema común de la comunicación:

Emisor [(intención) (codificación)], **Mensaje** [(canal) (ruido)], **Receptor** [(decodificación) (efecto) (posibilidad de respuesta)]

Con este esquema básico se pueden trabajar cuestiones subsecuentes y más complejas específicas de los medios masivos. Por ejemplo, lo primero que resalta es la minimización o

la eventual anulación de la posibilidad de respuesta. Si la unilateralidad de la comunicación masiva es parte de su identidad resulta obvio que la retroalimentación quede restringida a un campo de acción minúsculo y sin comparación con la comunicación masiva inicial. Por otro lado, se puede aplicar este esquema para el estudio concreto del cine de 1999 al 2009, por poner un ejemplo, y así ver quién fue el emisor principal, cómo codificó su mensaje, cómo fue decodificado y, eventualmente con un estudio más amplio, qué efectos tuvo. En cuanto a la intención, el ruido y el canal se reflexionarán más adelante, debido que la teoría de sistemas sociales autopoieticos sirve para reconceptualizar estos términos.

Adelantando la definición presentada por Niklas Luhmann sobre los medios masivos de comunicación, estos se entienden como “todas aquellas disposiciones de la sociedad que se sirven, para propagar la comunicación, de medios técnicos de reproducción masiva.” (Luhmann, 2000:2)

Aparte del esquema básico de comunicación, los medios masivos tienen conceptos propios. La producción -los productores-, la distribución -los distribuidores-, los medios tecnológicos, las audiencias y los efectos. Las diferentes definiciones de estos conceptos provenientes de distintas interpretaciones son los que estructuran los múltiples paradigmas de estudio. Sobre todo, el cómo se entiende a la audiencia y a los niveles de intensidad, temporalidad y forma de los efectos. La importancia y relevancia de los medios masivos de comunicación en la sociedad varía dependiendo de estas interpretaciones de conceptos sencillos, inclusive una tan básica como el individuo. Subsecuentemente la acción de carácter política, económica, cultural o contestataria también se subordina al marco teórico, esto es, la forma de entender el fenómeno.

Es importante señalar que los estudios estuvieron enfocados a los efectos provocados por la comunicación masiva, siendo esta nueva para el mundo, se le dio importancia para describirla desde la visión ontoteológica del mundo o desde la lineal causa-efecto. Sin embargo, precisamente las equivalencias funcionales nos dicen que en el riesgo del mundo contingente los efectos que existen pueden ser causados por infinidad de causas y no directamente de una sola. Por lo tanto, estudiar un fenómeno para develar su efecto sería un

objetivo destinado a la incompletitud. Más bien habría que estudiar cómo varias contingencias cumplen una misma función.

La advertencia importante e insoslayable es la derivada de la constante crítica y debate de otras perspectivas sobre los medios masivos en la sociedad moderna. Si bien desde sus comienzos y hasta la llamada *mística* de McLuhan -denominación de Baudrillard- los mass media han estado bajo un escrutinio para develar su papel en la nueva sociedad moderna. La advertencia se podría catalogar como una predominación de temas y de la forma de ver a estos como una observación construida ficcionalmente que hace observar y comparar al mundo real con las construcciones de los medios masivos. Esto evoca a una generalización de un particular, totalizante por saturación y abarcadora por permanencia. Quizá la metástasis de un sentido comunicativo que se reproduce a sí mismo y que no se puede parar.

3.2.1 Pragmatismo científico.

Categorizado como el primer gran medio moderno de comunicación masiva, la radio permitió escuchar una misma voz a millones de personas en forma instantánea. Aunque sigue presente en la actualidad, sus usos con fines de entretenimiento, publicidad, divulgación de información y política no tienen la misma importancia que tuvo en los antiguos días.

De las décadas de los treinta a los cincuenta la vida privada del hogar se reunió alrededor de una bocina. Por ello los académicos dirigieron su mirada a la radio y se empezó a cuestionar los alcances del poder que realmente ejercía sobre sus escuchas.

Los nombres que sobresalieron fueron Paul Felix Lazarsfeld (1901-1976), Harold Lasswell (1902-1978), Handley Cantril (1906-1969) y Robert K. Merton (1910-2003). Su formación profesional varía de la psicología a la física, pero fueron en su mayoría sociólogos estudiosos de los medios de comunicación. Académicos de la Escuela de Chicago, sus investigaciones respondieron al contexto militar de los Estados Unidos de entreguerras y a la Segunda Guerra mundial.

La perspectiva de este grupo estuvo influenciada por la psicología conductista, el psicoanálisis de Freud en menor grado y la sociología funcionalista. Sus estudios consistieron

principalmente en los análisis de opinión por medio de encuestas a los radioescuchas sobre la publicidad y las tendencias del voto en lo que denominaron *análisis empírico de la acción*. Como estructurales funcionalistas sus trabajos tuvieron inclinación hacia la visión de homeostasis: autorregulación para el equilibrio social.

Esta *bandera administrativa* con la cual se les señaló responde a los reportes que realizó Cantril sobre los gobiernos americanos y extranjeros, como Cuba y Francia. Sus conclusiones sobre la percepción de Fidel Castro y las posteriores opiniones respecto al debate Kennedy/Nixon dependiendo de si fue visto en televisión o escuchado en radio, muestran la posteridad de esta perspectiva incluso para el marketing político actual.

Durante este periodo se dio a conocer el ya citado *Paradigma Lasswell* (1948) y con esta orientación se hicieron las principales investigaciones sobre la radio.

Finalmente, el caso más significativo que simbólicamente representa esta época es la famosa adaptación de la novela *La guerra de los mundos* que Orson Wells dramatizó para la radio en 1938. Esta transmisión fue tomada como verdadera por muchos de los radioescuchas y atinó en las críticas hacia una autorreflexión estadounidense sobre su relación con la radio a comparación de la propaganda nazi en Alemania.

Sin duda, la principal cuestión cuando se observa esta época es la autonomía científica. La crítica de estos estudios fue hacia el sentido con el que se iniciaron estas investigaciones. Su epistemología y metodología que no trascendía en una visión de relación con la sociedad en general y más bien era una operacionalización de datos empíricos con una mezcla teorización *in situ*.

3.2.2 Denuncia de Industrias Culturales y su Crítica.

Posterior a la Gran Guerra del siglo XX se comienza a hablar de la Cultura de Masas. La tecnología permitió una nueva morfología en la organización de la sociedad. Las industrias con líneas de fabricación en serie estaban en auge y esto se extrapoló a aspectos artísticos y culturales. Los estudios sociales se enfocaron a esas nuevas expresiones, sin embargo, sus observaciones se hicieron con viejos esquemas teóricos, aunque intentaron un análisis

holístico desde varias perspectivas de interpretación. Una las más importantes de estos estudios fue la conocida como marxismo cultural.

La Escuela de Frankfurt fue una comunidad filosófica y sociológica con influencias del psicoanálisis y del marxismo sin Lenin. Entre sus exponentes más conocidos se encuentran Theodor Adorno (1903-1969), Max Horkheimer (1895 -1973), Walter Benjamin (1892-1940) y Herbert Marcuse (1898-1979).

Los medios de comunicación masivos de esa época eran las películas de los principales estudios de producción cinematográfica -como Casablanca (1942) - y la preponderancia de las transmisiones radiofónicas; posteriormente -cuando sus escritos fueron más difundidos- comenzó el auge de la televisión de bulbos y los tradicionales anuncios con jingles.

La Escuela de Frankfurt considera que estos medios han sido explicados sólo en términos tecnológicos, pero lo importante son sus implicaciones sociales. Esta señal es pertinente para la tesis presente, ya que al hablar de cine no se habla sólo de su técnica. Sin embargo, señaló a estos medios de masas como símbolos del conformismo, del consumo y como mecanismos de ideología, perspectiva de análisis aún presente en el siglo XXI.

En *Dialéctica de la Ilustración* Adorno y Horkheimer dedican un apartado al análisis específico de las expresiones culturales por medio de esos canales tecnológicos. Ahí, conceptualizan a las *industrias culturales* como engaño de masas y comparan a las creaciones fílmicas, musicales -como el Jazz y el baile Foxtrot- y a la calidad del radio con la producción mecánica de las industrias de materiales, como un decaimiento de la cultura occidental. Su análisis se podría expandir a los programas televisivos, en décadas posteriores al manuscrito original de 1944.

Walter Benjamin (1882-1940) fue otro intelectual que dedicó sus estudios a las artes, la arquitectura y la literatura; en su conocido ensayo *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica* reflexiona sobre los nuevos dilemas del arte derivados de la tecnología que presentaba alcances inimaginables para los siglos anteriores. Para él, la

comunicación masiva significaba consecuencias más complejas para el mundo en su totalidad.

Walter Benjamin considera que “la transformación de la superestructura, cuyo avance es más lento que el de la infraestructura que subyace, necesitó más de medio siglo para hacer valer en todos los ámbitos culturales el cambio de las condiciones productivas” (Benjamin, 2008: 11). Con ello hace dependiente al campo de las artes a los modos de producción de una sociedad. La producción masiva de obras de arte con nuevas configuraciones cada día es lo que Walter Benjamin indica para los estudios sobre el tema. Y posteriormente dos caracteres sustanciales de la reproducción técnica, que no es sólo convertir en su objeto a “las obras de arte tradicionales [...] sino que conquistó su propio lugar entre los procedimientos artísticos vigentes.” Y continúa diciendo que “no hay nada más instructivo que la forma en que sus dos funciones penetran una en otra –la reproducción de la obra de arte y el arte cinematográfico como tal-.” (Benjamin, 2008: 13) Finalmente, a diferencia de otras épocas, la facilidad de la producción de la “forma cuyo carácter artístico queda absolutamente determinado por su completa reproductibilidad” en el cine permite otro tipo de contenidos más fútiles si los comparamos con la búsqueda de perpetuidad del arte griego. (Benjamin, 2008: 18). ¿Benjamin diría lo mismo ante las creaciones digitales que requieren cientos de horas de trabajo humano para consolidar imágenes fantásticas de locaciones, acciones y personajes en los Blockbusters modernos?

A pesar de la crítica que mostraba, Benjamin consideraba algo democratizador la fácil producción y reproducción del arte que permite llevar a las masas el contenido. Esa visión no la compartían Adorno y Horkheimer.

Retomando en su concepto de *industria cultural*, a continuación, se profundizará en su significado para sus autores. Esta noción engloba su posicionamiento hacia su visión de sociedad en general, id est, los peligros de la capitalización totalizante al mundo. También entender a la producción en masa como una forma que baja la calidad del producto.

Para los autores, el progreso técnico transforma toda expresión cultural en “latas de conserva”, “sombrios edificios de vivienda y comerciales de las ciudades desoladas”.

(Horkheimer y Adorno, 1994: 165) El desprecio que tienen hacia el cine y la radio se muestra cuando afirman:

el cine y la radio no necesitan ya darse a conocer como arte. La verdad de que no son sino negocio les sirve de ideología que debe legitimar la porquería que producen deliberadamente. Se autodefinen como industrias, y las cifras publicadas de los sueldos de sus directores generales eliminan toda duda respecto a la necesidad social de sus productos (Horkheimer y Adorno, 1994: 168)

Según ellos, a pesar de una mínima posibilidad de diferencia de contenidos, en la sociedad de masas y su producción en serie sólo existe la estandarización del mundo, “Los automóviles, las bombas y el cine mantienen unido el todo social” (Horkheimer y Adorno, 1994: 166). Desde su perspectiva, la industria cultural ejerce una represión sin posibilidad de respuesta funcionando como método de control de la sociedad.

Las consecuencias de la industria cultural, las más importantes, últimas y totalizantes, se dirigen a la modificación del lenguaje, principalmente de forma violenta (Horkheimer y Adorno, 1994: 211-212). Esa es la principal advertencia de consumir las mercancías de las industrias culturales, su transformación de la cotidianidad.

Es necesario realizar una observación de segundo orden del concepto de industria cultural desde la teoría de sistemas sociales. Primero, la teoría crítica mantiene un obstáculo epistemológico importante: la sujetología. Aunado a esto, también su definición de sociedad tiene dificultades o ambigüedades de delimitación. En las hojas dedicadas por los teóricos de Frankfurt a la reflexión sobre los mass media se observa la clara dependencia que le asignan a la política y a la economía principalmente, ya que de acuerdo a ellos la industria identifica a todos como clientes o empleados, en este término agota a la humanidad en general. Sin embargo, la sociedad diferenciada moderna no permite una dependencia de un sistema social a otro en términos de sentido comunicativo.

Otro aspecto crucial es hablar de conciencia social, y más aún de malas y buenas conciencias sociales. La valorización que hacen los autores se acerca más a una opinión, que, aunque muy bien argumentada, no alcanza la rigurosidad científica social de

conceptualización. Una revisión más completa de este punto la ofrece Peter Sloterdijk en *Crítica a la razón cínica*.

Para analizar a los medios masivos de comunicación, en específico el cine, estos autores encontraron un punto importante por categorizar: La diversión. Igual de importante para ellos es categorizar a la diversión. De acuerdo a su discurso, hay una diferenciación entre Cultura/Diversión. Son diferentes si a la primera se le entiende como la espiritualidad de mundo, y a la otra como placer que evoca emoción. Para ellos la diversión tiene potencial para la manipulación comercial de las industrias a los individuos, y es una prolongación del trabajo (Horkheimer y Adorno, 1994: 181). La diversión la entienden como apología de la sociedad, divertirse es estar de acuerdo con ella (Horkheimer y Adorno, 1994: 189). Al mismo tiempo la industria cultural incluye a la tragedia como Aristóteles, es decir catarsis, pero la tragedia se subsume en la diversión, “hace interesante el aburrimiento de la felicidad censurada y pone lo interesante al alcance de todos” (Horkheimer y Adorno, 1994: 196). A pesar de que esta definición contiene los obstáculos epistemológicos para un conocimiento científico de la sociedad ya mencionados, señala un aspecto importante para observar en el marco teórico que se intenta construir desde la teoría de sistemas.

Hay que entender a esta perspectiva teórica de Frankfurt como una crítica a la industria cinematográfica de su época: el Star System, en donde los productores, y los estudios en última estancia, tenían el poder principal sobre la producción fílmica casi en su totalidad. Una autoobservación desde el mismo cine a su funcionamiento durante esa época se encuentra en la película *Hail, Caesar!* del 2016, escrita y dirigida por los hermanos Coen.

En resumen, las deficiencias epistemológicas de esta perspectiva que ponen en juicio sus conclusiones son: 1) centrar su análisis en la suposición de que la suma de sujetos define a la sociedad. 2) La interdependencia de las diferentes partes de la sociedad en términos operativos, principalmente la totalización de la economía. 3) Establecer una diferencia valórica de malas y buenas conciencias sociales. 4) La creencia de que puede haber manipulación de conciencias por medios comunicativos. Como se verá en el marco teórico

estos supuestos no son posibles desde la teoría de sistemas sociales autopoieticos de clausura operativa. Por ello las conclusiones de entender al cine serán diferentes.

Por otro lado, la Teoría Crítica tiene aspectos que aportan diferenciaciones importantes al estudio de los medios masivos. Desde su discurso encuentran a la industria cultural como antítesis del arte de vanguardia (Horkheimer y Adorno, 1994: 173), esto prepara para notar la diferencia entretenimiento/arte. También es interesante la relación entre la publicidad como opuesto de arte pero que busca asimilarse a él, superarlo y utilizarlo. Cuando consideran que el cine enseña a observar (Horkheimer y Adorno, 1994: 197) se aprecian las importancias de este medio masivo desde términos de observación y comunicación. Y, por último, hacen una pregunta que es importante para un análisis contrafactual: “Si las radios y los cines callasen ¿los consumidores sentirían su falta?” (Horkheimer y Adorno, 1994: 183)

Sin embargo, hay otra crítica a la descripción de los mass media desde el marxismo cultural. Para ello, la siguiente argumentación conceptual de Jean Baudrillard (1929-2007). Este pensador, filósofo y sociólogo francés se considera sustancial para entender la crítica al concepto de *industrias culturales*.

Para Baudrillard, el valor de uso es una ficción posterior de los objetos. Como función, lo que prima es el valor de cambio, es decir, el símbolo, el estatus social o en otras palabras el significado o el sentido colectivo. Así la función del objeto depende de la arbitrariedad social y al objeto, carente de un uso ontológico, se le atribuye cualidades para satisfacer necesidades creadas. (Baudrillard, 1974: 1-2) La importancia de estos preceptos teóricos recae cuando se direcciona el estudio a las especificaciones de la sociedad de consumo; hoy día exponencialmente mayor a 1970, década en que de Baudrillard el libro *Crítica de la economía política del signo*.

Para autores posmodernos, el papel del consumo actual es un eje esencial para definir a la sociedad. Concretamente para el caso que aquí se analiza, es usual ver al cine como una mercancía consumible, al menos desde la teoría de Adorno y Horkheimer. Lo que Baudrillard aporta con su pensamiento es considerar al entretenimiento sin función ‘natural’, sin valor de

uso y sí con una función simbólica, un signo de distinción -que abarca inclusive a aquellos que se definen por no verlo.

La característica de los objetos, que describe Baudrillard, también puede aplicarse al cine, esta es la “coacción de superfluidad: es siempre en aquello que tienen de inútil, de fútil, de superfluo, de decorativo, de no funcional” y sólo después de su valor de cambio “aparece el simulacro de la funcionalidad de los objetos”, se hacen poseedores de prodigalidad práctica por la moral trabajadora (Baudrillard, 1974: 5). Esto es sumamente importante para el análisis del cine, porque así se vacía de contenido innato y se direcciona al constructivismo social de este medio comunicativo.

Para este autor francés, tanto los objetos como los medios de comunicación colectiva -mass media-, *hablan a todos*, y esto significa que traspasa las líneas de división de clase. En esta tesis, la perspectiva teórica no articula en sus reflexiones la división de la sociedad en distintas clases, sin embargo, en la recursividad que presupone, la sociedad de clases es una autodescripción de una parte de esa sociedad misma; así, para el autor francés -que parte de esta autodescripción- los media tienen la capacidad de trascender divisiones anteriores, ya no se habla solo de grupos sociales en referencia a su participación en los medios de producción.

Jean Baudrillard asegura que hasta ese momento no hay una teoría de los media. Los estudios se limitan a los adjetivos de empíricos y místicos, “tanto en McLuhan como en los que lo atacan” (Baudrillard, 1974: 194). Baudrillard encuentra dos perspectivas de análisis: la que conserva la forma general del análisis marxista y la forma radical que afirma la invalidez de transportar el análisis de la producción material a los media. La primera asegura que la contradicción dialéctica entre formas productivas y relaciones de producción, y su expresión en los modos de producción, no se ve alterada por los medios de comunicación masivos. La segunda difiere al considerar a la producción de sentido, en términos de significación y comunicación, como un orden separado. (Baudrillard, 1974: 195)

Baudrillard crítica el concepto de *industria de conciencia* como una metáfora peligrosa que extiende el análisis marxista, demostrando el inmenso atraso de la teoría marxista clásica -sentencia compartida con Cornelius Castoriadis, expuesta en su libro *La institución*

imaginaria de la sociedad, primera parte: *Marxismo y teoría revolucionaria*-. Jean Baudrillard utiliza el artículo de Hans Magnus Enzensberger, “Constituents of a theory of the media”, para fundamentar su postura. (Baudrillard, 1974: 195).

Enzensberger tiene una estrategia “socialista” en el que la izquierda se limita a denunciar la manipulación ideológica, sueña con el dominio de los media como *medio* de toma de conciencia y como consecuencia *del cambio de estructuras sociales*. Para él, los media son un “nuevo y gigantesco potencial de fuerzas productivas” y para la izquierda en general son “un misterio social”, su postura está dividida “entre la fascinación y la práctica ante esta brujería a la que no se sustrae, pero reprueba moral e intelectualmente”. La doctrina revolucionaria no ve más allá de “sus postulados clásicos y todo lo quiere incluir en tales”, el intercambio del signo sólo es para su “uso funcional: información, difusión, propaganda. Mientras que una fracción subversiva “se lanza a la explotación apolítica de los media nuevos”, los grupos “militantes” mantienen un “modo arcaico de comunicación” (Baudrillard, 1974: 196-197).

Baudrillard considera que Enzensberger conserva el esquema clásico: El capitalismo confisca las promesas de realización de los medios y de los media. Por lo tanto se busca ‘liberarlos’, reintegrarlos a su “vocación social de comunicación abierta e intercambio democrático”, el “verdadero destino socialista”. Sin embargo, para Baudrillard, las instituciones, el poder y el Estado “se vacían o se llenan de contenido revolucionario, sin que jamás sea interrogada su forma”. Aquí se nota la similitud que tanto él como Niklas Luhmann tienen en su propuesta de análisis. La perspectiva clásica “piensa que los media sólo son medios de distribución en el orden capitalista y proponen hacer de ellos un verdadero medio de difusión” esto es “un sueño obsesivo de la ilusión marxista” donde se espera pasar “del valor de cambio al valor de uso” (Baudrillard, 1974: 198-200).

Las objeciones de Baudrillard a lo anterior son dos. La primera es que “es falso que los media sean «pura y simple distribución»”. Ellos no son vehículo de contenido, “son en su forma y operación misma inductores de relación social”, no de explotación, sino de abstracción, separación y abolición de intercambio, son “efectores” de ideología

(Baudrillard, 1974: 201). El proceso de abstracción y separación es importante para entender el operar de los medios masivos si se les analiza como sistemas de comunicación, aportación a la teoría de sistemas.

La segunda objeción es que “la ideología de los media está al nivel de la forma, de la separación que instituyen y que es una división social” (Baudrillard, 1974: 201). Esto significaría que forman un ámbito independiente que responden en gran medida a sí mismos, debido a que ellos crean diferencias y así se les puede catalogar como sistemas sociales.

Para Baudrillard los medios de comunicación masiva son “antimediadores, intransitivos que fabrican la no comunicación”. Él define a la comunicación como *intercambio*, como el espacio recíproco de una palabra y de una *respuesta*, como *responsabilidad* no psicológica o moral, sino correlación entre alter y ego en el intercambio (Baudrillard, 1974: 202). Por el contrario, Niklas Luhmann no define a la comunicación de esta manera. Si bien para Baudrillard la comunicación no significa un acuerdo, el intercambio en palabra y respuesta requiere de bilateralidad que no la encuentra en los medios de comunicación masiva. Para Luhmann con que el mensaje sea entendido como tal, se logra la comunicación. Aquí la cuestión sobrepasa el uso y definición de términos. Para ambos teóricos los mass media son unilaterales pero las consecuencias de esta aseveración son diferentes en cada uno dependiendo de su comprensión de la comunicación. Mientras que Baudrillard define a la comunicación de los medios masivos como *palabra sin respuesta*, como una limitante, Luhmann no considera que sea un impedimento de la comunicación, sino una manera diferente de existencia.

Baudrillard afirma que la única revolución está en la restitución de la posibilidad de respuesta (Baudrillard, 1974: 202). Al igual que Sartori, se podría atribuir esa posibilidad tecnológica al Internet.

En una de sus ideas más radicales, Baudrillard considera a los bienes ‘de consumo’ también como medios de masa. Sin posibilidad de respuesta y con la capacidad de conectarse a determinados signos entre los productores/emisores y los consumidores/receptores. “El consumo de productos y de mensajes, es la relación social abstracta que instituyen, es la

prohibición lanzada contra toda forma de respuesta y de reciprocidad” (Baudrillard, 1974: 204). “No hay respuesta en el objeto funcional: su función está ahí”, a diferencia de la novela de Orwell, *1984*, no necesita haber una cámara observando, “la TV es, por su presencia misma, el control social en la propia casa”. Aquí concuerda más con McLuhan en su famosa sentencia: El medio es el mensaje.

Los medios transforman en *modelos*, neutralizan en *signos*, y todo es vaciado de su sentido. (Baudrillard, 1974: 208). Para Luhmann, los medios masivos tienen su propio sentido, así que, con Baudrillard, sí vacían de otros sentidos lo que se comunica por ellos, lo rechazan e imponen el código propio de este sistema. Por ello, los contenidos, las formas en el nuevo médium, cambian; al igual que la divulgación artística o científica.

Las aparentes similitudes mencionadas anteriormente entre Baudrillard y Luhmann -recapitulando el valor de cambio morfogénico de la sociedad/constructivismo social, la producción de sentido, significación, comunicación y la importancia de las formas y los medios- son importantes para mostrar desde diferentes caminos epistemológicos un objetivo socioteórico similar enfocado al cine como medio de comunicación masivo. Pero por razones de principio, no se pueden mantener ambas posturas, debido a que, en un nivel más profundo, no se pueden emparejar, traducir o intercalar. Igual que las posturas anteriores servirán para adquirir diferencias al construir el marco teórico buscado.

Luhmann hace referencia directa a Jean Baudrillard sobre su libro *Die agonie des Realen* de 1983. Ahí encuentra similitud cuando describe a la madeja compuesta de la realidad real y de realidad ficcional como “una representación, hoy en día, bastante extendida” (Luhmann, 2000: 119). Esta diferencia es esencial para el trabajo teórico descriptivo de los medios masivos de comunicación.

3.2.3 La Escuela de Birmingham y el concepto de Cultura.

Las dos perspectivas teóricas anteriores bien pueden pensarse como centralización del análisis de los medios masivos de comunicación en Estados Unidos, Alemania, Francia e Inglaterra; desde una perspectiva parcial de estudio. Mientras unos se concentraban en los clásicos medios de masas, otros académicos se enfocaban a la relación de los media con el

entorno social, la edad, el género, la identidad étnica, la clase o la condición de migrantes que comenzaban a ser temas explosivos en los barrios periféricos y en los países lejanos.

Eguzki Urteaga, profesor de sociología en la Universidad del País Vasco, escribe en su artículo del 2009 *Orígenes e inicios de los estudios culturales*, el comienzo de teorías que abarcaran variables diferentes con una innovación. Para estas, los análisis anteriores fueron definidos como una visión elitista con bienestar social que unidimensionalmente valoraba a una cultura legítima y clásica. En la atalaya del intelectual letrado en alta cultura, las demás expresiones eran consideradas meros adornos en la vida popular, y los medios de masas sólo eran embrutecimiento a los cuales se les resguardaba hostilidad, desconfianza y una oposición implacable. Como ya se mencionó, Peter Sloterdijk, en la misma línea, pero varias décadas después, señaló la inclinación moral y política de los *hijos legítimos de la Ilustración* en Adorno y Horkheimer en su libro *Crítica a la razón cínica*.

Paralelamente, la antropología, la sociología, la filosofía y la política añadieron más vertientes al debate sobre el significado de *cultura*. Ésta ya no era considerada como la llamada a la conciencia nacional, los ahora *cultural studies* retomaban a la cultura en un sentido amplio que permitía la visión de los grupos sociales marginados sin perder la noción política sobre adhesión o resistencia contra el poder establecido.

El conglomerado que mejor expuso estas cuestiones fue La Escuela de Birmingham. Los investigadores que la componían hicieron énfasis en la capacidad crítica de los consumidores, también cuestionaron el rol central de la clase como factor explicativo totalizante y asumieron las variables negadas, como las mencionadas: edad, género, identidad étnica, etc.

Los descuidados campos de estudio en el consumo masivo se reivindicaron, como la moda, las identidades sexuales, los museos, el turismo, la literatura bestseller y la música rock entre otros. Esta vanguardia sobre la cultura pop ya se expresaba desde el arte mismo con Andy Warhol.

Los autores británicos de inspiración marxista que rompieron con la teoría mecanicista fueron Raymond Williams (1921-1988), Stuart Hall (1932-2014) y Dick Hebdige (1951).

Williams se ubicó temporalmente en el renacimiento de los análisis marxistas de los años sesenta. Fue crítico del posicionamiento de Althusser (1918-1990) sobre los *aparatos ideológicos del estado* y tiene una vasta obra sobre el estudio de la televisión en la sociedad moderna.

Dick Hebdige (1951) es de la segunda generación de esta Escuela. Él se enfocó en las subculturas jóvenes como estratos de estudio más productivos, creativos y dinámicos. Sus investigaciones relataban la vida cotidiana de los punks y mods británicos y el scooter italiano.

Con esta visión, ya no buscan bosquejar hábitos cuantificables, ahora se decidían por métodos etnográficos, como la historia oral. Con archivos populares se adentraron al campo más simbólico y desafiante a los sistemas de valores. Se encontraban con construcciones de universos de sentidos y variaban de la dimensión de subordinación a la dimensión de resistencia. Encontraron categorías de rebelión, deferencia a la autoridad, protesta y acción popular que fue tanto ícono de esos años como para el presente.

De los tres aquí se resalta Stuart Hall. Él nació en la Jamaica colonial y estudió en Oxford. Su condición étnica y origen aportaban una “dimensión cosmopolita y una experiencia de la diversidad cultural” única (Urteaga, 2009). Así mismo aportó la importante conceptualización de *codificación-decodificación* para entender a los medios masivos como espacios de interpretación y no como conductos directos de transmisión de información y su correspondiente aceptación. Así los espectadores podían aceptar, negociar o rechazar los contenidos presentados en la propaganda, publicidad o entretenimiento, dependiendo de su condición específica en el mundo. Lo que significa que desde su perspectiva no se consume de los medios masivos, y las expresiones sobre el consumo de noticias, consumo de entretenimiento o consumo de publicidad son sentencias limitadas para la comprensión de estos fenómenos sociales. No es una mera adecuación del lenguaje sino un cambio de paradigma al referirse a la decodificación de los medios. “La realidad existe afuera del lenguaje, pero es constantemente mediado por y a través del lenguaje: y lo que podamos conocer y decir tiene que ser producido dentro y por el discurso” (Hall, 1980) Así la metáfora

del consumismo de productos mediáticos no se puede extender para la comprensión de los medios masivos y de su uso.

A parte de descentralizar a la economía como única productora de sociedad y de diferenciaciones, sin duda la Escuela de Birmingham puntualiza en la cultura como eje para entender las manifestaciones sociales.

La Teoría de Sistemas Sociales no menciona al concepto cultura, ni siquiera como concepto lateral. Al buscar una epistemología y una arquitectura conceptual nueva, se intenta utilizar un vocabulario que no contenga valoraciones pasadas. El concepto de cultura tiene múltiples dificultades de interpretación y contiene por sí mismo un debate que solo ofusca el análisis. Así, al decir cultura se refiere a tantas cosas que ya no significa nada.

Sin embargo, es interesante la arqueología de esta palabra. Gabriel Zaid realiza en su artículo simplemente titulado *Cultura* del 15 de enero de 2017 una apropiada investigación al respecto de los constantes cambios de términos y contradicciones de significado. Y sólo para observar cómo se puede prescindir de este concepto con un marco conceptual pertinente para clasificar lo señalado en primera instancia se realizará una revisión del libro *Definición de cultura* de Bolívar Echeverría.

Aún con sus principios del materialismo histórico, le otorga a la cultura una dimensión fuertemente autónoma. De igual forma le otorga a los sujetos libertad y autonomía de cambiarse a sí mismo y tomar sus propias decisiones, separando el discurso de sociedad e individuo.

Con un poco de similitud con Baudrillard, estudia a los objetos sin un valor ontológico dado y más bien como un universo de horizontes de posibilidades dispuestos a realizarse en la producción social (Echeverría, 2010: 63-68).

La importancia de la definición de cultura de Echeverría es que circunscribe como eje al giro lingüístico y el paradigma comunicativo. Por lo tanto, concentra su atención en la “consistencia comunicativa o semiótica del proceso de vida del ser humano” para definir a la cultura.

Aunque mantiene el obstáculo epistemológico de pensar en sujetos o sujetos colectivos como seres políticos e inmediatamente semióticos que producen y consumen significaciones, si se complementa con Stuart Hall, no se definirá consumo sino codificaciones y decodificaciones de significaciones. Pero sin duda requiere de una reconceptualización al separar al individuo de la definición de sociedad.

Las similitudes conceptuales en el proceso de comunicación que Echeverría retoma de Roman Jakobson comienza con la definición de información como “aquello proveniente del espacio que rodea por fuera... elemento exterior al que sólo el emisor tiene acceso” (Echeverría, 2010: 78). Así la comunicación sería referencial al estar “motivada sobre todo por la realidad exterior, el referente o contexto, es decir, por la necesidad de compartir la apropiación cognoscitiva de ella; la comunicación posibilita la socialización de esta apropiación del referente”. Consecuentemente el receptor busca interiorizar “algo acontecido en una zona para él inaccesible de la realidad” (Echeverría, 2010: 79).

La cultura desde su perspectiva se describe como un proceso de producción/consumo (codificación/decodificación en términos de Hall) de objetos prácticos y significaciones con un momento semiótico y correlacionado con un proceso de comunicación (Echeverría, 2010: 85). Y como todo proceso semiótico se debió centrar en la función apropiativa cognoscitiva (Echeverría, 2010: 87).

La omisión del concepto de cultura en la teoría de Luhmann se entiende con la lectura de los cursos convertidos en el libro *Definición de Cultura*, ya que este indica la relación entre cultura y comunicación, por lo cual habría una redundancia conceptual, sin significar que la comunicación sea una traducción sistémica de cultura.

La argumentación de Echeverría y Jakobson busca el principio ontológico de la comunicación, su razón de ser, la causa que la origina y las características metafísicas. De ahí que su análisis no puede llevarse a últimas consecuencias y necesite del replanteamiento de principios ofrecido por la Teoría de Sistemas Sociales.

3.2.4 Teóricos latinoamericanos.

Los teóricos que menciona Scolari que representan la perspectiva latinoamericana son Jesús Martín-Barbero, Aníbal Ford, Nestor García Canclini y Renato Ortiz. En ellos se contienen “los temas fuertes de la investigación latinoamericana, por ejemplo, el melodrama, la cuestión territorial, la crisis, la construcción desviada de la Modernidad o el peso de la televisión en el imaginario popular” (Scolari, 2012). Por espacio aquí se mencionará a Martín-Barbero y Aníbal Ford, sin dejar de insistir en la obra del argentino García Canclini y el brasileño Renato Ortiz.

Jesús Martín-Barbero es un español nacido en 1937, desde el año 1967 radica en Colombia. Algunos de sus libros son *Comunicación masiva: discurso y poder* (1978), *De los medios a las mediaciones* (1987), *Comunicación y culturas populares en Latinoamérica* (1987), *Televisión y melodrama* (1992), *Comunicación y espacios culturales en América Latina* (1994) y *Los ejercicios del ver. Hegemonía audiovisual y ficción televisiva* (2000). Filósofo de formación y con posdoctorados en semiótica y antropología, dedica su atención a la interpretación que las audiencias hacen de los medios masivos, desde diversas resistencias y apropiaciones de las telenovelas (CIESPAL, 2018). Sus ideas principales son “la articulación de los lenguajes de masas con la cultura popular, [...] la ciudad como objeto de estudio y [...] las tecnicidades en el que la técnica se funde en la lógica y prácticas [cotidianas y rutinarias] de sus usuarios” (CIESPAL, 2018-B). Su pensamiento teórico tiene ideas completas sobre una teoría de los medios, mediaciones y categorías complejas que no se puede simplificar en que sólo analizaba telenovelas; tampoco negó esos contenidos llamados populares y desarrolló sus ideas con un panorama holístico de los medios.

Aníbal Ford (1937-2009) fue periodista, escritor e investigador argentino que dedicaba atención al fenómeno de la comunicación. Sus ideas trascendentales son “una perspectiva analítica de la cultura, la preocupación por los procesos tecnológicos y la globalización, y la inquietud por la intervención cultural” (La Nación, 2018)

En su ensayo *Cultura popular y (medios de) comunicación*, Aníbal Ford indaga sobre lo que se ha considerado despectivamente medios baratos de las clases marginales. En estos se

encuentran “correlatos no populares ni hegemónicos” que cuentan las “tradiciones, géneros, saberes y necesidades cognoscitivas” de las clases marginales, conjunto que contradice la “razón iluminista y positivista” de la cultura moderna.

Lo desjerarquizado de las culturas oficiales del Estado, escolares institucionalizadas por la razón instrumental, es la cultura de estas clases populares, son las “culturas del afecto y del sentimiento, del azar y la incertidumbre, del misterio y de lo negro, de la actuación y la improvisación, del humor y la irrespetuosidad, de la aventura y la pulsión exploradora, de lo oral y lo ‘noverbal’, de la cotidianeidad y de la construcción cotidiana del sentido (que abarca todas sus formas de construcción, incluso las más sofisticadas), del juego, la fiesta, la simulación y el entretenimiento” (Ford, 1988: 283). Con estas palabras bien podría estar describiendo las películas de Germán Valdés, Tin Tan.

Estas expresiones contienen temas que reiteran los espacios como la ciudad, el crimen; desde los pregoneros, la novela gótica y los relatos de Edgar Allan Poe hasta la “crónica negra de los periódicos populares y baratos”. Estos medios “nacieron encadenados a las culturas populares anteriores” y no se pueden explicar sólo desde “las lógicas del capitalismo”, que las clasifican como *ludditas* o pasivas en “los procesos de industrialización, urbanización y modernización” (Ford, 1988: 285).

Aníbal Ford no hace una apología a los contenidos de los medios ni a la industria cultural capitalista. Él señala la importancia de notar el conflicto entre la marginación y la institucionalización, es decir, las “distintas formas de comunicación y conocimiento no jerarquizado por las culturas institucionalizadas”. La cuestión central se encuentra en la significación y resignificación, en los problemas que parten de conceptualizar a la cultura humana sin la estructuración por el ver y el escuchar (Ford, 1988: 286).

Así, romper la hegemonía significa la descentralización de la escritura y reincorporar lo que se había bloqueado: la “reflexión y conocimiento sobre la percepción corporal, kinésica y proxémica” y el rol de los “sentidos en experiencias cotidianas” (Ford, 1988: 286). Los medios masivos logran ese rompimiento al ofrecer imágenes, sonidos y detalles que permiten análisis sobre lo corporal del político grabado en entrevistas. Ford recuerda que no quiere

hacer una ponderación a McLuhan con la importancia que le da a los medios para las relaciones humanas, y más bien “poner la lectura popular de los medios en relación con la recuperación simbólica de lo corporal con la persistencia de saberes que no por ser tradicionales hayan sido desjerarquizados”, con ello se piensa en la crisis de la modernidad y “revalorizar las densidades de lo cotidiano y la riqueza cultural del hombre común”. Lo que Umberto Eco “tematiza en *El nombre de la rosa* entre los que discutían si Cristo había o no reído” y ahora lo encontramos en las películas que tienen el fin de llegar a las masas con su descripción de los superhéroes y los matices humanos y satíricos que pueden tener estos arquetipos (Ford, 1988: 288).

El tema principal desde los teóricos de la Escuela de Birmingham hasta los latinoamericanos es la apropiación, codificación o interpretación que las audiencias hacen de los medios de masas. Debido a la diversidad de regiones y las peculiaridades de los fenotipos provenientes de ellas, fue necesario una mediación entre su realidad y el mensaje de los medios de comunicación masiva que respondía a otras condiciones sociales.

Ford y Martín-Barbero dirigieron su atención a estudios particulares, lo que sería descrito como acoplamientos entre sistemas sociales diferenciados y sistemas de interacción.

Su importancia relacionada con el Pragmatismo Científico y la Teoría Crítica radica en poder observar lo que estos dos primeros paradigmas no observaban, y no sólo era al mismo observador que observa. Sin volver a usar categorías territoriales para definir un fenómeno comunicativo, los latinoamericanos y la Escuela de Birmingham señalaron las perspectivas negadas. Un marco teórico sobre el cine de la sociedad debería ser capaz de ser lo suficientemente abstracto para aplicarse a cualquier caso particular, sin partir de los territorios para su construcción.

El obstáculo de los últimos dos paradigmas es que parten del discurso descriptivo del capitalismo hacia la sociedad, por lo cual se exigen reservas al leer sus conclusiones. Aunque contienen dos logros importantes. El primero es mostrar el funcionamiento de los medios, cuyas operaciones permiten que diferentes formas sean creadas y comunicadas a través de ellos. Lo demostraron al hablar desde su perspectiva de contraculturas y discursos de

resistencias y apropiaciones en los medios masivos. El otro logro es incluir el análisis de lo corporal, kinésico, proxémico y auditivo, ya que también es comunicación. Los medios masivos permitieron la capacidad de observar aun rompiendo el tiempo y espacio. Sin embargo, cuando se ve el mensaje de los medios masivos, no se puede olvidar que ya es una observación construida y ofrecida como información, diferenciación que ya fue seleccionada y dada a conocer como tal.

3.2.5 Disquisición sobre el Internet.

Un comentario aparte sobre el tema de nuestros tiempos: el Internet. Las transformaciones a nivel de producción, las mutaciones textuales y el nuevo consumismo, son los conceptos que utiliza. Pero también la importancia de las redes sociales y las aplicaciones de mensajería instantánea, tienen nuevos alcances para la comunicación humana en todos los sistemas sociales. El conocimiento y la comunicación se transforman con estas tecnologías de la más nueva revolución industrial, remodelando a la sociedad y al conjunto de teorías que explican a aquella.

Las preguntas sobre los comportamientos humanos se han mantenido y las tecnologías continúan un rápido aumento de sus alcances e innovaciones materiales. Las relaciones entre ambos temas se complejizan aún más. Constantemente se trastocan las dimensiones de tiempo y espacio en la experiencia humana para la formación de sociedad. Ante el incesante cambio, es necesario analizar la identidad y la historia de las teorías sobre los medios masivos con un método más profundo y complejo que el anterior.

3.3 Descripción de los estudios de los medios masivos.

Para definir a los estudios sobre la comunicación masiva, el primer paso es ubicarlos en la gama de categorización del conocimiento humano. Dependerá del método usado para la construcción del objeto de investigación el definirlos como ciencia, disciplina, subdisciplina, teoría o área.

La importancia de identificar su proceder devela precisamente la metodología pertinente para estudios concretos como el caso presente. Y la polémica radica en la multidisciplinariedad y en la influencia de distintos paradigmas de otras ciencias en los

estudios de los medios de comunicación masiva, por lo cual su identidad independiente y autónoma se vuelve difusa.

Felipe Alonso Marcos escribe que “nacidas de la encrucijada de varias ciencias sociales”, psicología y sociología principalmente, se encuentran las *ciencias de la comunicación*, entendidas con un “marcado carácter transdisciplinario”. Dentro de ellas se encuentra la disciplina de los *estudios de medios de comunicación*. Y en éstas, el “ámbito o campo” del estudio de los efectos de los medios masivos. Esta perspectiva de los efectos radica en entender las consecuencias de la exposición del individuo y la sociedad a los medios masivos de comunicación. (Alonso Marcos, 2010: 13-14).

Esta preocupación por el tema señala la incompletitud tanto del conocimiento de la sociedad como del funcionamiento de los medios de comunicación masiva. Si bien la teoría de sistemas permite una observación completamente diferente sobre lo que aquí se denominó *efectos*, para crear conocimiento científico social de esta contingencia es necesario observar las descripciones anteriores acerca de este sistema social diferenciado.

3.3.1 Efectos.

El objeto de investigación que se construyó principalmente desde las observaciones teóricas anteriores a la teoría de sistemas fueron los *efectos*. Ya que la importancia del tema no radicó en los medios masivos de comunicación (sus características ya fueron descritas en el apartado anterior) sino en las disposiciones que provocan a la audiencia y subsecuentemente a la sociedad. Resulta tendencioso denominar inmediatamente *efectos* a estas disposiciones, ya que puede apreciarse una connotación conductista. También este término es poco abstracto para entender el funcionamiento de los medios masivos, al mismo tiempo que es una semántica que el observador usa para ordenar la complejidad del mundo sin que necesariamente funcione de esta manera. Pero esta definición es precisamente un punto de partida que mostrará todas las implicaciones de los conceptos usados y el paradigma o paradigmas detrás de ellos.

Sobre los efectos existe una amplia tipología. A continuación, se presenta una clasificación que sintetiza diversas propuestas presentadas en el artículo estudiado, ellos

proviene de John Condry, Leo W. Jeffres, Elizabeth M. Perse, Enric Saperas, Denia McQuail y W. James Potter. Así, se categoriza en las siguientes dimensiones:

- 1) **Intensidad.** Lo sustancial del estudio de los medios masivos es considerar su impacto. Entonces se puede entender a los efectos en niveles mínimos, medios o máximos de intensidad. Este tipo es el origen para dividir las épocas por paradigmas.
- 2) **Vía.** Aquí refiere a lo directo o indirecto de los efectos, dependiendo de si prima la Forma o el Médium, es decir, si el estudio se enfoca en la forma de los contenidos –directo– o si se enfoca en el medio y la manera de comunicarlos –indirecto–.
- 3) **Intención.** Los efectos se pueden clasificar si fueron planificados o no planificados, relacionado con la dimensión anterior, significa que los contenidos se pueden planificar mientras que el medio tiene consigo efectos no planificados.
- 4) **Temporalidad.** El tiempo en que los contenidos o el medio tienen resultado: inmediatamente, a mediano plazo o largo plazo, acumulativa, drástica o lenta.
- 5) **Operatividad en la audiencia.** Si tienen consecuencias en el horizonte individual, grupal, organizacional, institucional, social o cultural. También aquí se puede categorizar dependiendo de la definición de audiencia que se tenga, pasiva, activa o negociadora en la relación con los medios masivos.
- 6) **Área de afectación.** Este indaga si los efectos actúan en términos cognitivos, actitudinales, emocionales, fisiológicos o conductuales.

También hay que escribir sobre la dimensión de los efectos en las audiencias, esta categoría proviene literalmente de W. James Potter. En su tipología se encuentra la dimensión direccional –positiva o negativa–, que se omitió en la clasificación anterior debido a que “equivaldría a funciones y disfunciones en la teoría del estructural-funcionalismo” (Alonso Marcos, 2010: 17) y, como se analizará en el marco teórico de la teoría de sistemas, esta categoría dependería del observador que valoraría positivo o negativo el efecto para su visión particular de sociedad.

En el artículo hay tres autores que merecen su consideración individual, ya que ellos clasifican por sí mismos todos los modelos. Son Elisabeth Noelle-Neumann, de Leo W. Jeffres y de David K. Perry.

La división de Noelle-Neumann contiene seis módulos: los modelos de persuasión, modelos de audiencia activa, modelos de contexto social, modelos de relación entre sociedad y medios, modelos de efectos interpretativos y modelos de interacción. De una forma más general, Jeffres divide entre nueve módulos: efectos en los individuos, efectos en la opinión

política y las campañas electorales, efectos acumulativos, efectos en la opinión pública, efectos sociales, efectos económicos, efectos culturales y efectos a largo plazo. Y por último Perry clasifica en módulos de efectos buscados, efectos no intencionados, efectos en la opinión pública, efectos en campañas y comunicación política, efectos cognitivos, los efectos de las teorías de las audiencias y los efectos de las teorías del contenido (Alonso Marcos, 2010: 18). Estas tres clasificaciones ofrecen conceptos más identificables con fenómenos concretos de la sociedad circundante a los medios.

La anterior tipología de los efectos de los medios de comunicación masiva devela ciertos temas que pueden tratarse con una reconceptualización teórica del funcionamiento e interpretación de la sociedad desde los sistemas sociales diferenciados. Las categorías mostradas descomponen el problema, pero no ofrecen una explicación del proceso de los medios masivos en la sociedad. A continuación, se mostrarán sus insuficiencias, así como también las observaciones que se puedan retomar en el direccionamiento a comprender los procesos de los medios masivos desde la teoría de sistemas sociales.

La primera distinción categoriza la *intensidad* de los efectos de los mass media y la cuarta la *temporalidad*, ambas resaltan el cuestionamiento sobre la importancia de los medios masivos dentro de la sociedad. Las perspectivas no presentan una visión general de sociedad mientras que en la teoría de sistemas los media ya se encuentran en un esquema general de la diferenciación de la sociedad. Por lo cual entender cómo funciona la sociedad es importante para entender el funcionamiento de una parte de ella.

La segunda categorización de *vía* por la cual los medios masivos afectan a las audiencias plantea un problema ya estudiado por la Teoría de Sistemas Sociales Autopoiéticos, es decir, las diferenciaciones hechas a partir de la distinción Médium/Forma; pero se entiende de forma diferente con la problematización de los acoplamientos estructurales entre diferentes sistemas.

La *intención* de los efectos es un concepto incompatible dentro de la teoría de los sistemas sociales ya que no se puede hablar de efectos controlados o no, debido a lo incontrolable y sumamente complejo la comunicación una vez dada a conocer.

Los efectos que se categorizan en la *operatividad en la audiencia* o en el *área de afectación* señalan la preocupación que los estudios tienen sobre la relación de los medios masivos hacia los individuos, a los grupos sociales, a los cuerpos, a las mentes o a las emociones. Esto se dirige a definir la relación entre los medios y la audiencia, pero, como se explica detalladamente en el marco teórico, el funcionamiento de los sistemas sociales requiere un nivel de clausura operativa en cuestiones de sentido. Una comunicación fílmica no puede afectar directamente al cuerpo, solo se presenta como información y el sistema cerrado de la mente observa y crea complejidad. Claro que se pueden hacer estudios específicos sobre la relación directa entre el cuerpo y los medios masivos, como las horas al día dedicadas en promedio a ver la televisión o el internet y su daño a la retina o los estragos por el sedentarismo al cuerpo, pero no seguirán siendo más que justo eso: estudios específicos. El objetivo es entender de forma general el funcionamiento de los medios en la sociedad.

Finalmente, William Eveland propone “entender a los media no como un continuo homogéneo sino como varios entornos multidimensionales que operan simultáneamente cuyos atributos son interactividad, organización (o estructura), control, canal, textualidad y contenido”. (Alonso Marcos, 2010: 18) Esta propuesta entra en consonancia con la teoría de sistemas sociales autopoieticos no sólo por los términos casi textuales, como entorno y operación simultánea, sino por la perspectiva de interpretación del fenómeno consecuente con estos conceptos clave.

El objetivo de este trabajo no es definir una nueva conceptualización teórica de los estudios de los efectos, sino contextualizar el marco teórico de la teoría de sistemas en este campo para construir una perspectiva que no se limite a la visión causa/efecto del cine como parte de los medios de comunicación masiva.

Como la perspectiva que acepta el cambio de paradigmas dependiendo de los distintos momentos en la historia, así como distintos axiomas, es necesario el pequeño recorrido histórico para efectuar un balance apropiado del estudio del fenómeno de los efectos de los medios masivos de comunicación.

3.4 Sobre las estructuras y coyunturas de los paradigmas de los medios masivos

El primer gran momento de esta historia es la misma creación tecnológica de los medios de comunicación masiva. Invento tras invento, han cambiado las formas de relacionarse de las personas y la organización de la sociedad. Considerando a la imprenta de libros como el primer medio tecnológico con estas características, la innovación ha continuado con el periódico, la radio, el cine, la televisión, el Internet y los aparatos móviles con acceso a esta red. Las teorías desarrollaron interpretaciones para las nuevas tecnologías de su tiempo.

Alonso Marcos identificó tres paradigmas de estudio sobre los efectos de los medios masivos: los *Todopoderosos*, los *Limitados o Mínimos* y los *Poderosos bajo condiciones*. Estos paradigmas los categoriza por etapas de contexto histórico, relacionadas evolutivamente. Si de por sí no hay un consenso estricto sobre estas etapas, hay una cuarta posible: *La influencia mediática negociada* basada en el constructivismo social (Alonso Marcos, 2010:16).

Los paradigmas dominantes desde finales del siglo XIX son el conductismo en psicología y el positivismo en sociología, coherentes con el contexto histórico social. En estas fechas también se encuentra la psicología de masas como una la visión aristocrática y pesimista expuesta en las obras *Psychologie des foules* de Gustav Le Bon (1895) y *La muchedumbre criminal* de Scipio Sighele (1891). Por último, entra en escena la denominada psicología del instinto con una visión crítica a los paradigmas anteriores, siendo el psicoanálisis de Freud su mayor exponente (Alonso Marcos, 2010:20). Posteriormente se puede encontrar el mismo tema con tratamientos diferentes en el libro del filósofo español José Ortega y Gasset *La rebelión de las masas* (1930) y un par de décadas después, consecuente con la época, a Elías Canetti con *Masa y Poder* (1960).

El primer paradigma para el campo de estudio de los efectos es denominado *Todopoderosos*. Se ubica temporalmente desde 1930 hasta 1950. En él los efectos de los medios masivos se consideran inmediatos, planificados y homogéneos, producen un cambio de conducta o actitud. En el contexto previo a la Gran Guerra, el período de entreguerras y la Segunda Guerra Mundial, la propaganda por los periódicos, la radio y los filmes mudos

fueron el principal objeto de estudio. También fue llamada *teoría de la aguja hipodérmica* o en inglés *bullet theory*, ambas son metáforas que ilustran el funcionamiento de los medios masivos desde este paradigma. Las influencias académicas que moldearon los principios epistemológicos fueron el conductismo psicológico, el psicoanálisis y el positivismo en la sociología. El individuo es minimizado en agencia, pasivo e indefenso sujeto sumergido en el concepto de masa.

El segundo paradigma identifica a los efectos como *Mínimos o limitados*. Este modelo se encuentra entre los años de 1950 a 1970. Es un intento de hacer propuestas con más rigor científico, ya que consideraron al primer paradigma como una reacción no estricta en términos de metodología, más cercana a una suposición. En este paradigma sirvió de guía el modelo de comunicación de Lasswell, que sentó las bases para variantes de estudio en las ciencias de la comunicación bien definidas. La influencia académica de una psicología y sociología más compleja –psicología experimental, trabajos sociológicos empíricos y la teoría del estructural funcionalismo– cambió la forma de definir a la audiencia y consecuentemente se empezó a hablar de actitud, interés y voluntad de los individuos, se hizo una diferencia entre sectores de la población y se conceptualizó sobre el flujo de comunicación como el *two step flow* y el *líder de opinión*. La exposición, la atención y el consumo de los medios masivos ya son selectivos. Sobresale la *Mass Communication Research* que tuvo sus investigaciones subvencionadas por empresas, gobiernos, el sector militar y los mismos medios de comunicación; esto les valió críticas desde Europa y en los años posteriores ya que al ser una investigación administrada que buscaba resultados inmediatos y aprovechables se cuestionaban sus bases profesionales, debido a que la “ideología liberal capitalista norteamericana” estaba complacida con estos resultados (Alonso Marcos, 2010:33).

La *teoría crítica* fue la antagonista y alternativa contemporánea al paradigma anterior. La Escuela de Frankfurt consideraba que los medios masivos aun eran capaces de alienar a las personas, manipular a las masas, dominar a la cultura transformándola en mercancía y afectar a la autonomía de los individuos (Alonso Marcos, 2010:33). El concepto que englobaba su propuesta es *industria cultural*.

Como respuesta al paradigma de los efectos mínimos, se encuentran tanto la escuela crítica como el tercer paradigma.

El tercer paradigma, de efectos *Poderosos bajo limitaciones*, es de 1970 en adelante. Aquí los efectos son “a largo plazo sobre la conducta social y la manera en que afecta a nuestra percepción de realidad y la forma que tenemos de interactuar con ella” (Alonso Marcos, 2010:16). Dentro de este modelo existen distintas aproximaciones, como el construccionismo simbólico, los imaginarios sociales, la psicología de los marcos de referencia y las teorías del framing y el priming (Alonso Marcos, 2010:16).

Esta escuela, en la que se agrupan diversas perspectivas teóricas, surge como una respuesta a los efectos mínimos. En cuanto se afirmó el carácter casi nulo de los medios masivos se comenzaron a elaborar investigaciones que buscaban afirmar el poder que aún poseían, sin regresar al paradigma anterior. Aquí se direcciona la observación científica hacia la violencia de la pornografía y los estereotipos mostrados en todos los contenidos que se exponen principalmente hacia los niños, debido a la polémica buscaban indagar sobre esta forma saturada de socialización en la percepción y autoconstrucción social (Alonso Marcos, 2010:34).

Las teorías reseñadas por Alonso Marcos son: la *agenda-setting* (McCombs & Shaw, 1972), el framing (Iyengar y Simon, 1993), el priming (Iyengar & Kinder, 1987), la teoría de la cultivación o del cultivo (Gerbner & Gross, 1976), el modelo de la dependencia (Defleur & Rocheach, 1976), la desigualdad en la información o *knowledge gap* (Tichenor, Donohue & Olien, 1970), la espiral del silencio (Noelle-Nuemann, 1974) y la tematización (Luhmann, 1978). Siendo esta última el eje del presente trabajo, no hay necesidad de detallar cada propuesta, bastará con mencionar las características que comparten para pasar posteriormente a la profundización de la teoría de Luhmann.

Para comenzar, se partirá del razonamiento de Jean-Paul Sartre: ni el conocimiento ni la conciencia existen por sí mismas, ambas siempre son conocimiento o conciencia *sobre* un ente (véase el capítulo *Introducción en busca del ser* en el libro *El ser y la Nada* de 1943). La conciencia sólo existe cuando se direcciona hacia algo. Así el conocimiento es

conocimiento sobre una taza, conocimiento de un cigarro, conocimiento de una acción o conocimiento sobre un evento. Esta perspectiva filosófica permite vislumbrar la idea principal del constructivismo social, ambas con raíces en el pensamiento fenomenológico de Edmund Husserl (véase su texto introductorio *Meditaciones cartesianas*); también se logra resaltar la importancia de los medios masivos en el paradigma de los efectos poderosos bajo condiciones.

En este paradigma es esencial el siguiente esquema:

Los medios masivos *son* los que *observan* el mundo.

Con las consideraciones epistemológicas antes descritas, se puede apreciar la importancia de esta sentencia. En general, las noticias, los reportajes, los artículos de opinión, la publicidad, la propaganda, la música, los videos musicales, las emisiones deportivas, los programas televisivos y las películas son los que *observan* el mundo para sus audiencias. Observar significa la conciencia sobre un ente, siendo la conciencia una acción (a) sobre un ente (b). Aquí (a) significa establecer, mostrar, calibrar, seleccionar, enmarcar, centrar, excluir, encuadrar, presentar, sugerir, direccionar, socializar y exponer. Y (b) significa temas, agenda, interés, relevancia, importancia, visión del mundo, parte del mundo, realidad, reconstrucción, re-presentación, marcos de referencia, marcos mentales, reacciones y nociones básicas de realidad social. Todos estos conceptos provienen de las diferentes posturas teóricas del paradigma.

Por lo anterior, los medios no dicen *qué* pensar sino *sobre qué* pensar. De esta manera se construyen las representaciones de la realidad que hacemos con base a los contenidos emitidos por los medios masivos. Slavoj Žižek, en el documental *The Pervert's Guide to Cinema* (2006), lo expresa desde su perspectiva del psicoanálisis lacaniano de la siguiente manera:

The problem for us is not –Are our desires satisfied or not?

The problem is –How do we know what we desire?

There is nothing spontaneous, nothing natural about human desires.

Our desires are artificial. We have to be taught to desire.

Cinema is the ultimate pervert art. It doesn't give you what you desire, it tells you how to desire

Por último, dentro del paradigma de los efectos *poderosos bajo limitaciones*, es pertinente mencionar dos propuestas que sobresalen de las anteriores: el *knowledge gap* y la *espiral del silencio*.

La principal contribución del *knowledge gap* es insistir en la condición socioeconómica y cómo ésta influye en una “distribución desigual del conocimiento” dependiente del acceso a tecnología más avanzada que permite conectarse a información más amplia, a “producción de información y por lo tanto también a la visión de la realidad” a la “comprensión del entorno” y a diversas maneras de interactuar y adaptarse a él (Alonso Marcos, 2010:37), mientras que los sectores excluidos de dicha tecnología se distancian cada vez más.

La *espiral del silencio*, concepto de Noelle-Nuemann, parte de un estudio empírico de la opinión pública y remarca la *acumulación, consonancia y omnipresencia* de los medios masivos para la articulación de los individuos que buscan adaptarse al *clima de opinión* usando mecanismos dirigidos a evitar el aislamiento, repitiendo los juicios más populares y reservarse su verdadera opinión para decisiones concretas. Noelle-Nuemann se adelantó a su tiempo y su marco teórico permite la explicación de las situaciones aparentemente paradójicas en la época contemporánea: la elección de Donald Trump como presidente de Estados Unidos así también los referendos de Colombia y el Brexit, fenómenos del año 2016 y de la era de lo *políticamente correcto*.

Con lo anterior, ahora es necesario la especificación sobre la propuesta de Niklas Luhmann.

El sociólogo alemán utilizó por primera vez el concepto de *tematización*, que se desarrolló en el ámbito de la acción comunicativa por Böckelmann (1983) o Rositi (1982) y Marletti (1983) (Alonso Marcos, 2010:37).

Para Noelle-Neumann, la tematización de Luhmann es casi sinónima de la agenda setting, siendo un proceso de definición, establecimiento y reconocimiento de los grandes temas que constituyen la opinión pública, mediante la acción de los medios de comunicación de masas. Sin embargo, Saperas (1987) observa una diferencia sustancial: la agenda-setting parte de los datos empíricos y la tematización de la reflexión y la especulación teórica (Alonso Marcos, 2010:37).

En cuestiones concretas la *tematización* estudia los mecanismos que conforman la opinión pública, como procesos de creación simbólicos de la realidad y la creación de marcos estructurales cognitivos. (Alonso Marcos, 2010:37). Con este panorama, prosigue la exposición de Niklas Luhmann sobre el sistema de los medios de masas.

4. Teoría de Sistemas Sociales Autopoiéticos.

¿Cómo funciona la sociedad para la Teoría de Sistemas Sociales Autopoiéticos?

4.1 Introducción a la complejidad.

El sociólogo alemán Niklas Luhmann (1927–1998) se propone construir una teoría sociológica que abarque a todo lo considerado como sociedad. Este difícil objetivo de construcción conceptual, que para este teórico no se ha cumplido satisfactoriamente en la historia de la sociología, requirió un proceso de reflexión que significó, a grandes rasgos, comenzar por revisar los principios fundacionales de lo que hasta entonces había sido entendido como lo social, para este objetivo extrapoló términos de otras ciencias hacia la sociología y creó conceptos únicos en el campo para explicar procesos específicos de lo que denominó sistemas sociales.

Haciendo uso del conocimiento contemporáneo de los campos científicos de las matemáticas, de la cibernética, de la biología y de la física, y de las enseñanzas de las perspectivas filosóficas griegas clásicas, del racionalismo, del idealismo alemán, la fenomenología trascendental y la deconstrucción, dio forma a una teoría sociológica que constantemente debate con otras visiones de teoría social modernas para formar por sí misma una extensa explicación conceptual y procesal abarcadora de la sociedad en la que está incluida ella misma. Fue así como construyó una teoría de la sociedad.

Esta teoría puede considerarse portadora de un lenguaje único, comenzar a explicarla, y estudiarla, es una labor complicada que requiere mínimamente la comprensión de una larga lista de términos y de las relaciones entre éstos. La complejidad suele ser el primero obstáculo para su revisión, pero para Luhmann este entramado conceptual que no es más que el reflejo de la complejidad de la sociedad moderna y su descripción sociológica es una reducción de complejidad que la sociedad hace sobre sí misma.

El punto de partida para explicar la teoría de sistemas sociales puede ser arbitrario debido a la simultaneidad de los procesos de la sociedad y de los conceptos que los describen en la teoría. Esto se confirma en las diferentes formas en que Luhmann inicia los textos que son

de carácter más general: *Sistemas sociales: Lineamientos para una teoría general* (1984), *Introducción a la teoría de sistemas* (1992) y *La sociedad de la sociedad* (1997).

El objetivo de los libros define su inicio narrativo. Pueden ser didácticos para un público no especializado o especializados para un público con conocimiento previo de las bases epistemológicas de la teoría y así desarrollar temas específicos, como la explicación de los sistemas de referencia o los medios de comunicación simbólicamente generalizados.

El libro *Introducción a la teoría de sistemas* está compuesto por lo que en un inicio fueron lecciones magistrales en forma de seminarios, pero ante la necesidad de un escrito con la labor de exposición y didáctica sobre la teoría de sistemas, y con el éxito de estos seminarios, se le incitó a Luhmann a estructurarlo a manera de libro. Para la comprensión de los sistemas sociales, aquí se utilizará ese texto.

La primera lección de este libro trata la diferencia que tiene la Teoría de Sistemas Sociales con el Funcionalismo-estructural, la segunda es una lección sobre los Sistemas Abiertos de Talcott Parsons y la posterior justificación de los sistemas cerrados que Luhmann desarrolla, y la tercera lección es sobre el principio epistemológico que funda su teoría, esto es, entender el sistema como diferencia. En este libro de carácter didáctico se usa el método de la diferencia para autodefinir la teoría de sistemas sociales y permite el estudio de los conceptos paso a paso.

Por otro lado, en *La sociedad de la sociedad* –su obra más extensa– comienza por definir el sistema social que todos los sistemas sociales de referencia presuponen: la sociedad (Luhmann, p.3). Meta nada sencilla y para cumplirla necesita hacer uso de toda la producción intelectual que creó hasta esa época. Por ello, este texto es considerado el de contenido más refinado y completo del pensamiento de Niklas Luhmann sobre la teoría de la sociedad desde la teoría de sistemas.

En la introducción de este estudio a la teoría de sistemas sociales sobre el cine, se empieza con la misma narrativa que Niklas Luhmann utilizó para iniciar su libro *La sociedad de la sociedad*. El punto de partida es definir qué es la sociedad y desde la perspectiva de Luhmann

significa preguntarse “¿Cuál es la operación de este sistema [sociedad], que, al efectuarse, lo produce y lo reproduce?” (Luhmann, 2007: 3). La respuesta, que se encuentra en el capítulo dos, es la comunicación. Pero, al igual en el libro *Introducción a la teoría de sistemas*, es necesario diferenciarlo de otras perspectivas de la sociología. Para ello hace un recorrido histórico y teórico en el primer capítulo de su libro *La sociedad de la sociedad* y va mostrando la metodología que hace uso de sus mismos conceptos, recursividad que será fundamental, literalmente, para la teoría de sistemas.

4.2 Visión de sociedad.

Definir a la sociedad es una operación que se hace desde la misma sociedad. Entonces cualquier descripción será una autodescripción. (Luhmann, 2007: 5)

Para Niklas Luhmann, la sociología ha estudiado la sociedad e históricamente se ha encontrado con problemas en las delimitaciones de esta cuestión, estos son “obstáculos que bloquean el conocimiento” relacionados entre sí y que se sostienen recíprocamente. Pueden resumirse con cuatro supuestos, (Luhmann, 2007: 11):

“(1) La sociedad está constituida por hombres concretos y por relaciones entre seres humanos.

(2) Que, por consiguiente, la sociedad se establece –o por lo menos se integra a través del consenso de los seres humanos, de la concordancia de sus opiniones y de la complementariedad de sus objetivos.

(3) Que las sociedades son unidades regionales, territorialmente delimitadas, por lo cual Brasil es una sociedad distinta de Tailandia; los Estados Unidos son una sociedad distinta de lo que hasta hace poco se llamó Unión Soviética, y también Uruguay es una sociedad distinta de Paraguay.

(4) Y que, por tanto, las sociedades pueden observarse desde el exterior como grupos de seres humanos o como territorios.” (Luhmann, 2007: 12)

A estos supuestos Luhmann se opone, su estudio los enfrenta y las derivaciones de leer los cuatro puntos en su antagonismo permiten, lo que él llama, su análisis de la sociedad

moderna. “La sociedad no pesa lo mismo que el total de los hombres, y no cambia su peso por cada uno que nazca o por cada uno que muera” (Luhmann, 2007: 13)

Para su propuesta busca deconstruir las distinciones que han marcado y guiado los estudios sociológicos desde su fundación, tales como los supuestos ontológicos de ser/pensar, objeto/conocimiento y más concretamente en la sociología sujeto/objeto o individuo/sociedad. Para Luhmann estos esquemas se abandonaron “a más tardar a partir del giro lingüístico de la filosofía... ¿Por qué le es tan difícil a la sociología sumarse a ese cambio?” (Luhmann, 2007: 18)

Consecuente a ese cambio sería que las “preguntas del tipo ‘qué es lo que una cosa es’ (por ejemplo ¿qué es una empresa?, ¿qué es un movimiento social?, ¿qué es una sociedad?) exigen, por el sólo hecho de ser preguntas, indicar los rasgos esenciales”, lo que se obtiene de dichos cuestionamientos sólo serán “conceptuaciones esencialistas que si bien ya no están arraigadas hoy día en la naturaleza, sí lo están en las exigencias metodológicas de la investigación científica” (Luhmann, 2007: 19).

La teoría de sistemas sociales autopoieticos busca “dar el paso hacia un concepto de sociedad radicalmente antihumanista, radicalmente antirregionalista y radicalmente constructivista” (Luhmann, 2007: 20). Advierte que las alarmas que puedan sonar en los científicos sociales sobre la negación de las personas y el olvido de las características únicas de las regiones son debido a interpretaciones erróneas en estos postulados. Estas páginas “son investigaciones que sólo renuncian a deducir de estos hechos un criterio para definir el concepto de sociedad y para determinar los límites que corresponden a tal objetivo” (Luhmann, 2007: 20).

Su estudio se direcciona a la realidad social “tal como de hecho existe” sin presuponer valores morales o idealistas. Las deficiencias de inclinaciones idealistas en las investigaciones se originan en la tradición lógico-ontológica que se deriva de la distinción ser/pensar, “tratando de alcanzar al ser por el pensar”. De esta manera “la metodología clásica adiestra a los investigadores a comportarse como si fueran un único ‘sujeto’.” (Luhmann,

2007: 21). Tampoco se seguirá el corte de investigación empírica ya que aquí se considera una “validación de las propias construcciones” (Luhmann, 2007: 25).

La metodología que usa expresamente busca deconstruir, usando este concepto de Derrida, las metodologías anteriores, tanto la sociología crítica como la positivista, ya que no es sólo criticar sino complementar “tanto en lo fáctico como en lo conceptual” (Luhmann, 2007: 25). Este proceso se ve ejemplificado en la metodología usada por Michel Foucault y, específicamente, Jacques Derrida.

4.3 Principios epistemológicos.

4.3.1 Observaciones y Deconstrucción.

Este apartado permite comprender las bases epistémicas de las que parte la Teoría de Sistemas Sociales Autopoieticos de Luhmann en la separación de la tradición vétero-europea, la metafísica ontoteleológica, es decir, no estancarse en la pregunta por el ser. Con esta comprensión, se logrará construir conocimiento utilizando un método similar esta vez aplicado a la comunicación cinematográfica.

Desde la teoría del verbo, “toda la especie de los verbos se remite a uno solo, el que significa ser” (Foucault, 2010: 112). Pero la “pregunta por el ser se une indisolublemente a la precomprensión de la *palabra ser*” (Derrida, 2008: 29). Lo importante aquí es, el camino de Heidegger señalado por Derrida, la diversidad y superación del infinitivo que se encuentra en otra forma lingüística, esto es en la tercera persona singular del indicativo presente: *es*.

Esta forma tiene la característica anti-ontoteleológica, y así se enfoca en análisis epocales, en el motivo de la finitud. La reflexión sobre el fin de la ontoteleología, es decir, ya no buscar el origen o el final, el fundamento y la trascendencia tiene consecuencias considerables para muchos campos de investigación filosófica y científica, en especial la teoría aquí tratada.

Ese cambio de concepción es entender que somos seres de la diferencia, no de la totalidad. El Ser, el Fundamento y la Trascendencia son construcciones sociales con la intencionalidad de establecer certidumbres. Por ello es necesario deconstruir la comunicación cinematográfica.

El concepto *deconstrucción* –usado indiscriminadamente en la actualidad– lo utiliza implícitamente Michel Foucault en el texto *Las palabras y las cosas*. En él muestra cómo utilizar este proceso para rastrear en una arqueología la importancia del lenguaje.

Comienza analizando al siglo XVI, y observa que en su duración es menester el concepto de *Semejanza*. En la época clásica el pensamiento era unidad, signos semejantes a las cosas que representaban. Buscar similitudes entre todo era característico de dicho tiempo. Y las ideas se conforman en semejanzas con las anteriores o con los objetos y vivencias experimentadas. En el momento en que se dice que una idea puede ser signo de otra, es decir que “los signos en otro tiempo eran medios de conocimiento y claves de un saber” (Foucault, 2010: 81) refiriéndose a la época clásica, se observa la unidad del significante y el significado, en dónde conocer a uno es conocer al otro. “El signo es la *representatividad* de la representación en la medida en que ésta es *representable*” (Foucault, 2010: 81), es decir la representación debe encontrarse representada en él. El significante no tiene otra función más que significar, es transparente. Un vínculo que está vacío de todo contenido propio y solo es una herramienta para algo más profundo de ello. Así para Foucault es como se pensaba este proceso en la época clásica.

Las palabras eran las cosas, entonces al dialogar los discursos eran la verdad irrefutable. Pero esto no se sostuvo, en un punto de inflexión, Don Quijote sale a comprobar las palabras como verdaderas. Y entonces de la semejanza poética se transita a la deserción científica, pero se sigue manteniendo la búsqueda de un orden. En otras palabras, se pasó de la Interpretación en el siglo XVI (Similitud) al Orden en el siglo XVII (Diferencia).

Con lo anterior, se data el cambio al proceso de no ser coextensivos el significado y el significante. La pregunta es ¿cómo es que la manera de pensar contemporánea tiene similitud con esa reflexividad epocal clásica, si es que alguna vez nos separamos de ella? Es decir, al evocar a la palabra democracia, régimen democrático, revolución o pueblo, ya no vemos la profundidad de significado ¿Acaso tuvo uno?, ¿lo tiene?, ¿está oculto o seguimos negándonos a ver lo imaginario en lo que vivimos?; entonces el signo sigue siendo el conocimiento, el saber. Pensar que el signo es transparente es negar la carga que tiene, la

obstrucción visual que contiene y nos quedamos en la discusión de la representatividad sin atrevernos a ver en lo que solía ser, lo que en realidad es, con sus positivities y negatividades, y lo reducimos a sólo signos.

Encontramos sentido en el signo mismo, no se ha logrado superar, “si el ser del sentido está por completo en el signo, todo el funcionamiento está en el significado” (Foucault, 2010: 83). Se espera que con mencionar sencilla y simplemente el signo evoquemos a la profundidad del significado que es lo que debería importar. El tema es difícil de tratar, pero dejando claro que la línea reflexiva aquí no acepta un significado trascendental o fundamental, es deficiente regresar a una episteme de la cual ya se habían visto los obstáculos internos que traían las estructuras de representación.

Un ejemplo de lo anterior es afirmar que *la democracia es una forma vacía que se llena de contenidos*. La perspectiva de Foucault busca *desmontar*, no para encontrar el fin último o correcto, sino para buscar el proceso de formación. Al utilizar una palabra llega una presencia metafísica, pero esa presencia no es algo por sí misma, es una especie de huella, en términos de Derrida, en todos lados hay metafísica de la presencia, lo que parece ser una situación epistémica.

Aquí se hace notorio el tipo de análisis que hace Foucault y la introducción de las categorías conceptuales de *episteme* y *epocal*. Este libro de 1966 resalta la importancia que el pensamiento de Michel Foucault da a la cuestión del discurso. Detrás de esta categoría analítica se muestra la tríada de su análisis -Saber, Poder y Verdad-; el discurso es una unidad que explícitamente revela los conceptos de Verdad y Saber, y lateralmente, pero no menos importante, el Poder que se encuentra muchas veces casi oculto en las palabras (Foucault, 2010: Reseña propia). Su análisis continuo en analizar la diferencia del discurso/operación expresados en el sistema punitivo a través de diferentes campos epistemológicos en su libro de 1975 *Vigilar y Castigar*.

Las acciones e interpretaciones de los intelectuales en diferentes épocas, por ejemplo, la clásica, tienen cambios con posteriores sistemas de análisis que ofrecen otras interpretaciones que refutan, completan o entran en abierto conflicto con las interpretaciones anteriores que

explicaban la realidad como se decía establecida. Empero, estos cambios paradigmáticos se concentran en la explicación de la pregunta ¿Qué? Y no en la que es esencial para encontrar el carácter epocal: ¿Cómo? Con esta pregunta se descubren características y rasgos operativos que estaban ocultos a la simple vista, pero por el tipo de reflexividad instituida en ese periodo de tiempo no se podían observar. Así, la gran aportación de Foucault para el estudio presente es el carácter epocal para innovar y descubrir cosas diferentes, es decir, se necesita cambiar al ¿cómo?

Paralelamente, el cogito no es una afirmación del ser, sino un cuestionamiento ¿Cómo ser eso que no soy? ¿Cómo pensar aquello que no pienso? Aquí se ve la necesidad de la confrontación de ideas, del debate y el diálogo, y por ende de la comunicación. La exigencia de una radicalidad de pensamiento en busca de novedades puede generar cierta acumulación para cambiar las formas de la episteme al contrastarlas.

Si para Foucault el concepto clave es *arqueología*, para Jacques Derrida, en su texto *La escritura y la diferencia*, utiliza los conceptos Diferencia, DiferAnce y la Deconstrucción. Cuya formulación viene de la radicalidad de:

la crítica nietzscheana de la metafísica, de los conceptos de ser y de verdad, que vienen a ser sustituidos por los conceptos de juego, de interpretación y de signo (de signo sin verdad presente); la crítica freudiana de la presencia a sí, es decir, de la consciencia, del sujeto, de la identidad consigo, de la proximidad o de la propiedad de sí; y, más radicalmente, la destrucción heideggeriana de la metafísica, de la onto-teología, de la determinación del ser como presencia. (Derrida, 1989: 386)

La huella de la escritura contiene al origen de algo que no está, sin serlo, algo que estuvo ahí pero no se puede rastrear, inclusive ni siquiera estuvo. La palabra viene a clausurar la ausencia, lo inmenso, caótico e incierto del pensamiento, dentro de su finitud, se aleja al hablarse, al nombrarse. La palabra es la distinción de la complejidad.

Así, al nombrar lo indecible, al encasillarlo en un nombre se pierde la diferencia. El pensamiento, origen que “debe hacerse extraño a sí mismo para decirse y aparecer” (Derrida,

1989: 18), es eso inabarcable pero que debe comunicarse. Es lo indecible, lo ausente, la huella, lo Real en términos de Lacan.

Derrida afirma al reflexionar sobre el significante que “no es la ausencia en el lugar de la presencia, sino una huella que reemplaza una presencia que no ha sido presente jamás, un origen por el que nada ha comenzado” (Derrida, 1989: 403). Si antes la esencia formal del significado es la presencia, ahora hay una separación del significante alejándolo del significado, ambos son operaciones originarias sin una relación tan estrecha como lo era anteriormente.

Cuando se cosifica una palabra se anula ya no sólo su presencia sino también su ausencia. Regresando al ejemplo, he ahí como no se puede dejar de hablar de Democracia, sino que al no hablar de ella también tiene cierta carga valorativa para las mentes que tienen cosificada esa palabra. El dilema no es recaer otra vez a la falsa conciencia o a la conciencia cosificada, sino a mostrar que en nuestra episteme esa estructura predomina, atraviesa nuestra mente y lenguaje. Para desarmar las dicotomías hay que presentar nuevas alternativas sin negar a las anteriores, puesto que ninguna es la verdad absoluta. Sin verdades y sin falsas conciencias.

La incomunicación del pensamiento, de las emociones y percepciones de alguna manera buscamos volverlas comunicables, no sólo en sociedad sino también en la investigación interpretativa de las ciencias sociales.

Para estas definiciones de diferencia existe una advertencia categórica. La confusión que se puede dar al diferenciar todo, intentando usar la terminología de Derrida, entonces hace posible nombrar en una ceremonia anual *El día de la mujer rural*, para dar un reconocimiento social a esta categoría; después se conmemorará *El día de la mujer rural indígena*, y continuar diferenciando para, de una manera políticamente correcta, aceptar la pluralidad. No obstante, esa diferencia es similar a la ejercida durante la diferencia de castas en la época colonial, una otredad extraña y lejana, separada y peyorativa. Como Foucault mencionaba a lo largo de *Vigilar y castigar*, la individualidad es una ficción creada en la cual es más individualizado lo excluido. La reflexión no va por ese camino, es un proceso *diferente*; ya

que ese ejemplo mencionado se nombra, y con ello se elimina o excluye. Por ello, Derrida usa precisamente el concepto de la DiferAnce.

La importancia de Derrida para los principios epistemológicos de la teoría de sistemas, que retoma el giro lingüístico, parte de la argumentación de dejar de entender al “ser como *presencia*” (Derrida, 1989: 385); y así cambiar el rumbo de esa “historia de la metafísica, como la historia de Occidente” (Derrida, 1989: 385), es decir, dejar de buscar un principio ontológico.

La teoría de sistemas deberá entenderse entonces como:

Un sistema en el que el significado central, originario o trascendental no está nunca absolutamente presente fuera de un sistema de diferencias. La ausencia de significado trascendental extiende hasta el infinito el campo y el juego de la significación. (Derrida, 1989: 385)

Para Derrida, el concepto de estructura en las ciencias sociales necesariamente significa que “la totalidad tiene su centro *en otro lugar*” (Derrida, 1989: 383). Es en ese infinito en el que la teoría de sociedad diferencia un sistema. Ya que, como menciona Luhmann en el prefacio de la primera edición de *Sistemas sociales*, la teoría de sistemas es “teoría policéntrica y por consiguiente policontextual, en un mundo y una sociedad concebidos acéntricamente” (Luhmann, 1998:11).

¿Qué aporta Derrida a la investigación sociológica y a la crítica de la sociología moderna? Más allá del nivel más bajo de la técnica, busca mostrar la cosificación de los signos y símbolos, como democracia, amor, justicia, revolución y la aspiración totalizante de los conceptos tanto en teoría como en la praxis, inclusive éstas dos palabras ya se encuentran cosificadas. Desde la doble hermenéutica de la sociología, la interpretación de la interpretación, hay que deconstruir el proceso de significación en ambos niveles, para observar el «margen» y buscar la huella.

Ahora, concretamente el análisis lingüístico de Derrida es crucial para las ciencias sociales cuando se aplica para mostrar las estructuras de pensamiento del hablante, del elocutivo, y

del intérprete, el perlocutivo. Hay debates públicos y privados en torno al camino que deben seguir los modelos de gobierno en los diferentes países. El discurso general más aceptado es el del bien de la democracia. Con lo que se aprendió del pensador francés, se indagará que las palabras usadas en el discurso no son secundarias a la idea, es un proceso casi independiente.

Reflexionar en cómo se construye el conocimiento, es un aporte epistemológico desde los escritos de Jacques Derrida. Se ha cosificado lo que la sociología investiga y sus métodos, al atreverse a empezar desde los espacios en blanco, desde la ausencia pura, se parte a nuevas interpretaciones. Un ejemplo es el debate en torno a la relación centro-periferia en dónde borrando una visión dicotómica apreciamos nuevas perspectivas de análisis cuyas consecuencias reflexivas nos llevan a nuevos horizontes teóricos y prácticos.

Las herramientas principales de la sociología no son las técnicas metodológicas o ni objetos de medición. Son inclusive cuestiones más específicas, las herramientas principales son las palabras, los discursos y la reflexión. Jacques Derrida se vuelve necesario para la sociología cuando se plantean como primordiales estas herramientas sociológicas, debido a la importancia de la autonomía del significante.

Derrida devela que en el lenguaje existen asimetrías que se prolongan en toda una serie de oposiciones conceptuales, en las que usualmente hay una más valorada, y estas estructuran el orden simbólico de nuestra cultura y determinan el sentido (Schwanitz, 2016: 531). Enlazándose con Foucault en cuestiones de poder, la deconstrucción de Derrida se direcciona a la interpretación de textos, ya que puede contribuir así a su emergencia, “restituyéndole sus derechos y liberándolo del poder del sentido oficial” para crear una especie de “carnaval del sentido” en el que se da vuelta a todo y erige un contrapoder que se derriba inmediatamente. (Schwanitz, 2016: 531). La deconstrucción puede servir para interpretar el texto cinematográfico (expresión que denota el logocentrismo de la sociedad).

Citar a Foucault y a Derrida no es una herramienta sin conexión a la Teoría de Sistemas Sociales elegida arbitrariamente. Las similitudes y prestaciones analíticas entre Michel Foucault y Niklas Luhmann se argumentan en el artículo *El dispositivo de poder como medio*

de comunicación: Foucault-Luhmann de Raúl Zamorano Farías y Rosario Rogel-Salazar. Mientras que el mismo Luhmann articula a Derrida con su propuesta en *Deconstrucción como una Observación de Segundo Orden* en 1993.

Luhmann observa a la deconstrucción como un postconcepto, un proceso postontológico que señala a las formas como diferencias sin la esperanza de volver a ganar unidad, que deconstruye la presuposición de una relación estable entre presencia y ausencia, en última instancia entre el ser y no ser. Citando a Derrida en *Carta a un amigo japonés*, “¿Qué no es la deconstrucción? ¡Todo, por supuesto! ¿Qué es la deconstrucción? ¡Nada, por supuesto! (Luhmann, 1993: 766). La deconstrucción es la descripción más pertinente de las autodescripciones de la sociedad moderna (Luhmann, 1993: 780).

Al mismo tiempo explora otras alternativas de conocimiento desde la diferencia, propuestas que integra en su teoría de sociedad: Gregory Bateson con la información como diferencia que hace una diferencia, George Spencer Brown con dibujar una distinción, Heinz von Foerster con la cibernética de segundo orden y Gotthard Günther con su concepto de operaciones transjuncionales. Con esto prepara el método para la transición de la deconstrucción a la observación de segundo orden.

En el artículo explica con detalle cuales son las ganancias de esta transición, aquí se resumen brevemente los cinco puntos con fines de utilizarlos en la descripción de la comunicación cinematográfica:

- 1) Las observaciones como operaciones asimétricas.
- 2) El proceso de observación de una paradoja, como entidades sin valor de conectividad.
- 3) El concepto de tiempo para el despliegue de paradojas.
- 4) La estabilidad dinámica de la estructura de los sistemas.
- 5) La reentrada, como la diferencia dentro de sí misma.

Por lo tanto, la deconstrucción de textos se convierte en una observación de observadores. Así los sociólogos se convierten en observadores que se enfocan en el sistema social como el observador más importante por ser observado (Luhmann, 1993: 773). Después surge la

pregunta de “¿Cómo la sociedad observa y describe al mundo usándose a ella misma como un sistema-referencia, desarrollando las mayores capacidades de reflexión de un sistema, y usando las distinciones de sistema y entorno (de palabras y cosas) para disolver la paradoja del mundo como una totalidad indistinguible, sin marco, que no puede ser observada?” (Luhmann, 1993: 775). Sumado a ello, si la sociedad moderna es sociedad global, parece incapaz de producir una sola y única autodescripción. (Luhmann, 1993: 775).

La respuesta, que es muy importante para esta tesis, es sencilla. Esta observación y descripción es hecha por los medios de comunicación masiva (Luhmann, 1993: 775). Todo lo que sabemos del mundo lo sabemos por ellos. Los medios masivos crean la ilusión de que somos observadores de primer orden cuando en realidad ya es una observación de segundo orden (Luhmann, 1993: 775). Sus programas sistémicos cooperan para producir una imagen coherente del mundo en el que vivimos (Luhmann, 1993: 776). Su información es ya información preseleccionada (Luhmann, 1993: 776).

Hay que recordar que no existe una distorsión de la realidad ya que no hay una realidad ontológica que se pueda observar, sino una construcción de realidad por estos medios masivos. Se tiene que “confiar” en esta construcción de nuestra realidad ya que no hay una alternativa disponible igualmente poderosa, pero por lo menos está la posibilidad de deconstruir las presentaciones de los medios masivos (Luhmann, 1993: 776). Si ya se reemplazó a la deconstrucción por observación de segundo orden, esto significa ver *cómo* seleccionan los medios masivos de comunicación.

Para proseguir con la argumentación que sostenga un marco teórico de observación de la comunicación cinematográfica es indispensable conocer la estructura y el proceso de formación de la teoría de sistemas sociales. Construir con el contexto para observar las distinciones de los observadores involucrados en este proceso.

Con estas clarificaciones, Luhmann comienza a utilizar un método diseñado para construir un concepto de sociedad. Por lo tanto, para conceptualizar al cine dentro de sus parámetros

conceptuales de sociedad, la labor consiste en bosquejar un mapa de su arquitectura teórica y metodológica para ubicar lo cinematográfico dentro de estos parámetros.

4.4 Principios de arquitectura teórica.

4.4.1 El sentido y el código.

Draw a difference. Ante la magnitud de la teoría por abordar, aquí se comienza con el aforismo de George Spencer Brown que Niklas Luhmann siguió y desarrolló para la morfogénesis de la teoría de sistemas sociales autopoieticos.

Lo que significa esta sentencia del matemático inglés es que ante lo indeterminado o ante la complejidad se necesita delimitar una distinción, i. e. trazar límites. La causa de lo que se incluyó y de lo que se excluyó, el porqué, es el sentido.

Luhmann no habla desde la tradición lógico-ontológica de la filosofía ni desde la tradición de Max Weber sobre el sentido de la acción. No hay una unidad o un principio absoluto del cual partir para una explicación del mundo, en este caso de la sociedad. En la complejidad que nos rebaza sólo hay distinciones.

Este apartado sobre el sentido consta de su definición general desde varias fuentes directas de la teoría de sistemas sociales autopoieticos; para mostrar la importancia del concepto en la construcción del conocimiento y la valoración del mundo. Esta amplia descripción del sentido en todas sus implicaciones es debido a que este concepto es la base de la teoría de sistemas sociales autopoieticos abiertos al sentido y clausurados operativamente. Sus alcances concretos se mostrarán en la parte de esta investigación referente al cine.

Niklas Luhmann se separó de la corriente de pensamiento de los sistemas abiertos, en específico de Talcott Parsons (Lección 2 de *Introducción a la teoría de sistemas*). Al denominar a los sistemas sociales como sistemas clausurados, se definen más específicamente como sistemas operativamente clausurados. Indagando la profundidad de su teoría se devela que estos sistemas autopoieticos son abiertos al sentido. Este concepto es la radical diferencia con los sistemas técnicos causalmente cerrados, considerados como

tecnocráticos similar al funcionamiento de máquinas (Luhmann, 1996:82). El sentido es el “correlato necesario” que define una característica fundamental para la comprensión de las estructuras y operaciones de los sistemas “con capacidades de distinguir”, los psíquicos y sociales (Luhmann, 2007: 27)

El sentido, en la teoría de sistemas sociales autopoieticos, es una diferenciación binaria que hace un observador ante el mundo. Es la diferencia entre el marked space/unmarked space. El espacio marcado es el lado positivo que produce más operaciones –el sentido–. El espacio no marcado es el lado negativo de la distinción, no provoca más operaciones, sólo sirve como la nada, como el vacío absoluto al cual puede terminar todo proceso, o como diría Luhmann: el caos en su concepción original de la palabra (Luhmann, 2007: 31). Este es el código binario de la diferenciación.

Antes de avanzar más hay que subrayar que “alguien debe poner en operación el sentido” (Luhmann, 1996:171), en la teoría de sistemas ese alguien es un observador –sin ser necesariamente un individuo. Entonces, el sentido es una diferencia que produce diferenciaciones posteriores, son elecciones que se hacen. Las distinciones hechas producen el sentido del cual son producto. Esta es una paradoja de recursividad que da inicio a los sistemas abiertos al sentido y al mismo tiempo clausura su operatividad.

En este punto es donde la conceptualización del sentido se complica. A continuación, se muestra el proceso con que se define al sentido.

Primero, si toda diferenciación es una operación, se entiende que diferenciación significa un procesamiento de información. Este proceso requiere de memoria. La memoria, como cualidad del sentido, es la sucesión de operaciones de distinción posteriores siguiendo la diferenciación inicial. El sentido es entonces un “producto de las operaciones que lo usan y no una cualidad del mundo debida a una creación, fundación u origen” (Luhmann, 2007: 28)

Los procesamientos de información producen las identidades de sentido y/o los sistemas abiertos al sentido –sistemas cognitivos o sistemas sociales–. Estos sistemas tienen operaciones propias regidas por la diferenciación con el cual se fundaron, esto es el sentido.

Pero el sistema es incalculable e indefinible para sí mismo, por eso necesita la característica de memoria del sentido para que lo ayude a adaptarse a situaciones imprevisibles. (Luhmann, 2007: 28-29).

Las identidades de sentido pueden ser objetos empíricos, símbolos, signos, números o inclusive frases. Según la tradición lógico-ontológica de la realidad se han catalogado como ‘no trascendentales’. Pero ya no hay que remitirse a un origen trascendental, buscado por la metafísica ontológica (Luhmann, 2007: 37). Para alejarse de esa tradición, se reemplazan las identidades por diferencias, tal como mencionaba Saussure sobre el lenguaje y el sentido (Luhmann, 2007: 30). En la teoría de sistemas, las identidades de sentido son “recursiones que remiten a algo pasado (al sentido ya conocido, ya probado)”, únicamente “operaciones contingentes cuyos resultados están disponibles en la actualidad... no a orígenes fundantes” (Luhmann, 2007: 29).

El sentido contiene tres dimensiones. La dimensión temporal, la dimensión social y la dimensión objetual.

La dimensión temporal es acaso la más sobresaliente y definitoria del sentido. Es la diferencia entre actualidad/posibilidad. Permite, por medio de la memoria de operaciones que el sentido establece, identificar lo presente y lo posible para así darle objetivo a las subsiguientes operaciones. El sentido “aparece en el tiempo y puede en todo momento invertir las distinciones temporales” (Luhmann, 2007: 34).

La dimensión social es la diferencia entre alter/ego. Identifica la separación del ente desde el que surge el sentido con el otro que lo puede observar. No es una distinción psicológica, sino una que permite trazar la diferencia entre un observador y otro que demuestra consistencias en sus operaciones observadas.

La dimensión objetual es la diferencia entre interior/exterior. Esto significa las limitaciones de lo que se encuentra dentro de la lógica de este sentido y de lo que no es sentido. Aquí no se refiere a límites físicos, como en sistemas biológicos, sino a los límites de los procesos que funcionan con el sentido y aquellos que lo hacen fuera de él. Lo interno

son los procesos de información que se orientan con el sentido y lo externo es el misterio de lo desconocido para tales procesos, lo que no se puede entender por el sentido con el que se fundan ya que probablemente responde a otro sentido.

Cabe destacar que el sinsentido –el *non-sense* de Deleuze– es también sentido, ya que “puede presentarse y comunicarse como forma con sentido dentro de este médium” (Luhmann, 2007: 31), así se encuentra dentro del lado positivo ya que genera más operaciones.

Con estas tres dimensiones del sentido, se puede concluir que el sentido desde esta teoría es un movimiento, una secuencia de operaciones tanto en el tiempo, en la relación de alteridad y en el proceso de valoración. Por lo tanto, también será posible observar a los observadores creando sentido, el cine, por ejemplo. Así el sentido es una distinción que se vuelve objeto de una observación de segundo orden.

El sentido es “médium de toda construcción de formas” (Luhmann, 2007: 34) se “regenera sin esfuerzo y casi por sí mismo con la autopoiesis de dichos sistemas” psíquicos y sociales. “Es difícil en cambio... generar el ‘sin sentido’, dado que el esfuerzo por lograrlo produce sentido” (Luhmann, 2007: 33). El caso del arte nonsense puede presentarse como una excepción, pero al tratar de explicarlo otra vez se hará referencia a algún sentido del observador.

El sentido es una orientación sin origen ontológico ya que “todo orientarse es construcción, es distinción que se re-actualiza de momento a momento” (Luhmann, 2007: 28). De esta forma es un *re-entry*, una reentrada de la forma en la forma. A partir de esto ya no se puede concebir al mundo como pre-existente, como la totalidad de las cosas y sus relaciones, es más bien un “potencial de sorpresas ilimitado; es información virtual”, es lo absolutamente inobservable que “necesita sistemas para generar información o, mejor dicho, para darle el sentido de información” y así enlazar “el surgimiento contingente y la indeterminación de aplicaciones futuras” (Luhmann, 2007: 30). Es un anclaje que ofrece seguridad estable a contraposición de la inseguridad de la inestabilidad del mundo. (Luhmann, 2007: 36) Precisamente este tema es central en la corriente existencialista de la

filosofía –Blaise Pascal, Søren Kierkegaard, Jean-Paul Sartre y Albert Camus–. La búsqueda desesperada por el sentido ante el infinito universo indiferente resulta en la absurda condena de la libertad por crear un significado a la existencia. En un aspecto general, la sociedad es un sistema que establece sentido (Luhmann, 2007: 32).

Como orientación para la observación de posteriores distinciones, el sentido y los sistemas que lo emplean “sólo pueden observarse a sí mismos y a su entorno en la forma de sentido” (Luhmann, 2007: 32). Si se eligió la ganancia económica, la verdad científica, lo religiosamente trascendental, lo comunicable por medios masivos o la supremacía política como el sentido rector, entonces todo lo que se comunique hacia los sistemas será tratado en función de este valor o como algo incomprensible sin marcar.

Es importante señalar que el sentido es el *médium* más significativo para los sistemas sociales y psíquicos, pero sólo se reproduce en las *formas*, y únicamente se le puede encontrar en éstas. Estos conceptos subrayados son ambos lados de una distinción *médium/forma*. Estos dos conceptos se desarrollarán más adelante.

Al describir el proceso de construcción de sentido desde esta teoría, se alude a la paradoja. Pero el objetivo no es exclusivamente descriptivo, hay que definir el método en que se puede hablar de un tratamiento teórico de las paradojas.

Para Luhmann, el mito de las Gorgonas sirve de ilustración para el tratamiento de las paradojas. En la filosofía clásica, la lógica buscaba resolver las paradojas; como si se enfrentara a Medusa, la Gorgona menor, la mortal, la que con su mirada petrificaba la vida y a la cual se buscaba aniquilar. Pero su hermana mayor, Esteno, Gorgona inmortal, es la postura de Nietzsche, Heidegger y Derrida; no se dirigen a anular o evitar las paradojas ya que es imposible, sino evidenciarlas (Luhmann, 2015:18). Ante una sociedad altamente dinámica es deficiente una descripción semántica arbitraria y de parálisis.

La paradoja se observa ahora desde distintos puntos. Para el constructivismo del conocimiento las paradojas son construcciones problemáticas que ofrecen la referencia para construir el saber de modo diferente. Para el pluralismo de orientaciones son el problema en

común de partida, sustituido por distinciones que dan lugar a sistemas de complejidad cognitiva. Para la cibernética de los sistemas el problema radica en investigar cómo los sistemas que se observan a sí mismos “invisibilizan” las paradojas que se derivan. Y para la teoría de la información la paradoja es la transformación de las cargas de infinitas a finitas (Luhmann, 2015:21).

En la teoría de sistemas sociales, el conocimiento es distinguir y el distinguir está fundado sobre paradojas. Si el conocer es observar y describir, aquí es distinguir e indicar, por lo tanto, la paradoja es un problema de un observador (Luhmann, 2015:22). Cuando se elige una distinción ya no se tiene la posibilidad de ver la distinción como unidad. La paradoja es lo no observable, inevitable una vez que el mundo ha sido violado con cualquier distinción (Luhmann, 2015:31).

En la teoría de sistemas sociales, la Estenografía es la forma de ver a las paradojas por las cuales se fundó tanto el conocimiento como las distinciones que originaron los sistemas sociales, es la forma de evidenciarlas como un observador de segundo orden que tiene la capacidad de ver las distinciones de los demás observadores -aunque él mismo no pueda ver su paradoja-. Similar a los Teoremas de incompletitud de Gödel o al Principio de incertidumbre de Heisenberg, el observador no tiene la capacidad de totalidad. Así mismo el hecho de observar cambia al fenómeno, lo crea y constituye. Si un árbol cae en medio del bosque y no hay nadie para escucharlo ¿produce sonido?

Hay que recordar que hay una tercera Gorgona, la mayor de las tres, Euríale. Ella, también inmortal, igualmente permite estudiar a la paradoja, pero de otra forma. La Eurialística es la desaparadojización creativa (Luhmann, 2015:24), que se ocupa de “identificar qué distinciones son generadas por cuáles paradojas, y con cuáles prestaciones teóricas el problema puede ser atendido en las distinciones mismas”, con las cuáles hay “diversas posibilidades equivalentes” (Luhmann, 2015:31). Sobre la eurialística y el cine se retomará la descripción de las operaciones del cine.

4.4.2 Comunicación.

La comunicación es la operación única que produce y re-produce al sistema sociedad, delimita a lo social, desde su condición autorreflexiva y autorreferencial.

Hay tres argumentos para comenzar a definir a la comunicación desde la teoría de sistemas: la imposibilidad de transferencia de información, el proceso como identificación y el sentido de autoridad. La imposibilidad significa la restricción a un solo punto de referencia y, en la dimensión temporal, el impedimento de percepción desde dos o más sistemas simultáneamente. El proceso como identificación es entender a la comunicación como un proceso con tres momentos de selección que ocurren simultáneamente. Y el sentido de autoridad es la orientación de la comunicación con la capacidad de elaboraciones razonables desde sí misma. (Luhmann, 1996:227)

Con estas bases se pueden detallar los tres componentes de la comunicación, producidos por ella misma: Information, Mitteilung y Verstehen. Todos son selecciones. El primer elemento es una selección sorpresiva entre varias posibilidades, es decir que con el sentido se produce la información al otorgar significado a los acontecimientos elegidos. El segundo elemento se traduce como la selección del *acto de dar a conocer*, sería elegir el canal, el modo y la forma. Finalmente, el tercer elemento es la selección del *acto de comprender*, significa entenderlo como un acto como comunicación, no quiere decir entender o estar de acuerdo con el contenido, sino comprenderlo como un acto de comunicación.

Al comunicar se llevan a cabo estas tres selecciones inmediatamente, pero la comunicación necesita ser pensada con la dimensión temporal, no estática. Así también se conceptualiza la *doble contingencia*, concepto que se refiere a la alteridad de la relación comunicativa en el tiempo.

Al definir a la comunicación como autorreflexiva y autorreferencial se afirma que la comunicación sólo se relaciona consigo misma y no con el mundo circundante ya que no puede abarcar un ente por completo, un árbol, una mesa, un sentimiento o una idea. Construye metafísicamente un concepto para alcanzar ese conocimiento. Así, la palabra no es lo que

señala, por ejemplo, el lenguaje que se separa de aquello que distinguía: al decir la palabra fuego los labios no se queman.

Entonces la comunicación es el inicio de la sociedad. Ésta hace referencia a sí misma de igual modo que las palabras parten de ellas mismas, y, a pesar de su capacidad para hacer observaciones sobre el entorno, sólo puede trabajar con sus propias operaciones.

De esta manera, se puede diferenciar a la sociedad del individuo. La cognición individual trabaja constantemente al interactuar con otros individuos pero en procesos psíquicos internos que se profundizan en pláticas hacia el vacío, no genera autopoiesis de comunicación, y con ello de sociedad. Amenazada con la eterna restricción que impide penetrar en la profundidad del sistema psíquico, la sociedad sólo es comunicación. Aunque, el lenguaje se observa como acoplamiento estructural entre el sistema psíquico y el sistema social.

El giro comunicativo con un modelo cibernético-informacional de esta teoría de sociedad permite un concepto general de comunicación como estatuto sociológico, categorizándolo como “unidad irreductible de lo ‘lo social’ de un modo antihumanista, post-ontológico, desubjetivizado y constructivista.” (Pignuoli y Zitello, 2011:927).

Finalmente, para la sociedad “lo importante [...] no es la información sino que la comunicación se mantenga en marcha” (Luhmann, 2007: 194).

Sólo con este concepto de comunicación es posible entender el sentido de la teoría de sistemas sociales autopoieticos, ya que como todo en la sociedad el sentido está configurado en su característica comunicativa. Esto no niega la complejidad de sentidos diferentes o historias personales, sino la imposibilidad comunicativa que no sea por el código binario del sentido inicialmente propuesto en esta tesis. Así se cierra la paradoja circular autorreferencial de la comunicación y del sentido.

En la diferenciación primigenia del sentido con fines comunicativos se pone en marcha un proceso que termina en estructuras complejas de comunicación. Por lo tanto, se transita al siguiente concepto de la teoría sociológica de Luhmann.

4.4.5 Sistema/Entorno.

Continuando con el desarrollo de los conceptos esenciales para la comprensión general de la estructura de esta teoría, se continúa con el proceso de construcción de los sistemas. Para no extender en demasía la exposición de los términos ni tampoco exhibir meramente una lista de ellos, el despliegue aquí será conciso para definir concretamente el camino desde la diferencia inicial –el sentido– hasta la ubicación del cine en la teoría de sociedad.

Al principio todo era complejidad. Concretamente, para la teoría de sistemas autopoieticos, la *complejidad* significa la diversidad de “elementos” que pueden enlazarse por diferentes “relaciones” y su posibilidad temporal de cambiar constantemente (Luhmann, 1996: 139).

El papel de la complejidad en la Teoría de Sistemas Sociales Autopoieticos Operativamente Clausurados (TSSAOC) es definir al *mundo* y al *sistema*. El primero es lo circundante de inaccesible comprensión, contingente, en constante transformación e incontrolable. El segundo es la construcción paralela de estructura y orden asequible. La distinción de *sistema/entorno* se construye con la guía del código binario –en los sistemas sociales es *sentido* desde su dimensión objetual de los lados interno/externo–. El sistema es parte de la una organización selectiva que se crea con la *reducción de complejidad*. El sistema es el resultado que el sentido construye para diferenciarse del entorno.

El sistema cambia perpetuamente por medio de la *autopoiesis*, y con el sentido como guía de la constante observación de información del entorno y de sí mismo. La autopoiesis significa literalmente la autoproducción. Creada por Humberto Maturana desde la diferencia de los términos aristotélicos de *praxis* y *poiesis* (Luhmann, 1996:91) y extrapolada a la ciencia social por Niklas Luhmann, la autopoiesis es la producción de elementos y operaciones desde fundamentos propios ya existentes.

Siempre hay una modificación del sistema con base en las observaciones que hace y a partir de la autopoiesis de sus operaciones y elementos. La estructura existente del sistema es el límite que lo hace consecuente consigo mismo. De este modo, pensar al sistema como un ente estático y rígido es erróneo, sus procesos y estructuras siempre se hacen más extensas

y complejas. Esto nos significa la homeostasis –autorregulación hacia el equilibrio– ya que no hay un estado inicial ni uno final. No hay una justificación ontoteleológica.

También, la autopoiesis de la comunicación trabaja igualmente con manifestaciones positivas (comprensibles) o negativas, como el error, la ilusión, el abuso no intencional e intencional de los símbolos.

Las observaciones que se hacen del entorno –*heterorreferencia*– y del sistema mismo –*autorreferencia*– significan irritaciones, i.e., informaciones y descripciones externas o internas siempre presentes. Sin embargo, si bien puede hacer estas operaciones, existe una restricción más para su autopoiesis: la *clausura operativa*. Ella se define como la cualidad de recursividad del sistema de operar sólo con los resultados de sus procesos, elementos y operaciones propias, éstos no se pueden importar. Si el sistema abarcara a la información con procesos externos, sólo se desintegraría.

Paralelamente necesita de una constante autotransformación, la autopoiesis. En esta transformación no hay intencionalidad o planeación, nada está previsto y nada es determinado, como señala Gödel “ningún sistema puede clausurarse sobre sí mismo en un orden carente de contradicciones” (Luhmann, 2007: 47). A la metamorfosis del sistema desde esta perspectiva se le conoce como *evolución*.

Las condiciones para su transformación son construidas por el sistema mismo, ya que no hay una realidad objetiva, debido a la complejidad ya definida. La única posibilidad para el sistema es la construcción de estas observaciones, exigido por la ausencia de un observador absoluto o punto de referencia total.

El sistema es el punto de referencia para observar el entorno y para observarse a sí mismo. Esto no significa un nuevo ente omniabarcador, existen sistemas diferenciados socialmente. Hay una diversidad de sistemas, cada uno corresponde a un sentido. Los postulados descritos aquí sobre las cualidades del sistema se aplican para cada uno de ellos.

Cada uno de estos sistemas se identifica en la diferencia sistema/entorno, es decir, no puede contemplar la multiplicidad de sistemas sino ve a todo lo externo como entorno, así

para la perspectiva de todos. La excepción de relación entre sistemas es el *acoplamiento estructural*. Este es el modo en el que el sistema tiene comunicación directa con el entorno. Puede ser con sistemas diferenciados de la sociedad en específico, como los impuestos como acoplamiento estructural entre la política y la economía. El acoplamiento estructural no determina los estados del sistema, solamente irrita y causa resonancia que permite procesos internos que transforman el sistema mismo, autopoiesis. La irritación es una información del entorno construida desde el sistema. El acoplamiento estructural es un presupuesto factual que hace el sistema en correspondencia con eventos, como un continuo de materialidad para una comunicación más eficiente que aunque presuposición no es determinación

Para especificar a los sistemas sociales dentro de la teoría general de sistemas se alude al sentido de comunicación, esta es la diferencia con los sistemas biológicos. Los sistemas abiertos al sentido pueden ser psíquicos o sociales. Los sentidos de cognición son los que desarrollan los sistemas psíquicos y los sentidos de comunicación desarrollan los sistemas sociales. Entonces, la comunicación es la diferencia fundamental de la sociedad con el resto de los aspectos del mundo.

4.4.4 Médium/forma.

Hecha por el psicólogo Fritz Heider en 1926, la distinción de *médium/forma* es otra categoría que estructura la teoría de sistemas sociales. El *médium* “transporta sin alterar las características de la forma”, no se percibe ya que es flexible y “no presenta resistencias internas que se opongan a la imposición de formas por el exterior”. Las *formas* son los elementos rígidos que se perciben. (Corsi et al, 1996: 84) Dicho de una manera más adecuada “un *médium* está constituido por elementos acoplados en un modo amplio; una *forma*, por el contrario, pone en conexión a los mismos elementos en un acoplamiento estricto.” (Luhmann, 1996:173)

Los ejemplos que se suelen citar son el aire como *médium* para la comunicación de las palabras como *formas* y las palabras son el *médium* para las oraciones, preposiciones y frases como *formas*. Ambos lados de la distinción de *médium/forma* no se pueden desasociar de su opuesto, son la unidad de sus componentes. Ya se escribió anteriormente en este trabajo que

el *sentido* es el *médium* más importante para los sistemas sociales, y otro que puede señalarse como tal es la *cultura*. Luhmann no usa este término como parte de su ensamblaje conceptual precisamente porque contiene por sí misma un debate amplio en torno a su significado, entonces es un *médium* que puede construir formas más estrictas.

4.4.5 Sistemas Sociales.

Con la comunicación como sentido de la sociedad, definidos los conceptos principales de la teoría de sistemas y explicadas sus relaciones, se parte al análisis más concreto de la sociedad. Lo siguiente es un bosquejo en términos generales creado a partir de una síntesis completa de todas las fuentes citadas en esta tesis. Así, se hacen dos grandes categorizaciones: los contenidos de la comunicación y las producciones de la comunicación.

En el apartado anterior ya se señalaron los contenidos más importantes de la comunicación. Entre ellos se encuentra la clasificación del proceso comunicativo en tres partes –Information/Mitteilung/Verstehen– y el acoplamiento estructural que existe entre los sistemas psíquicos y los sistemas sociales: el lenguaje. Pero también en la comunicación se encuentran los medios de difusión y los medios de comunicación simbólicamente generalizados.

Los medios de difusión son las disposiciones técnicas que permiten la extensión y expansión de la comunicación. Estos son la escritura, las telecomunicaciones y las comunicaciones digitales.

Los medios de comunicación simbólicamente generalizados son “instituciones semánticas que hacen posible que comunicación aparentemente improbable pueda realizarse con éxito” (Luhmann, 1985: 17), “estructuras particulares que aseguran probabilidades” (Corsi et al. 1996); los más reconocidos por su facilidad de distinción son el amor, el arte, los valores, la verdad, el dinero y el poder. Garantizan la comprensión y aceptación de la comunicación. Entenderlos dentro de la teoría de sistemas sociales es no direccionarse hacia su ontología sino como medios de comunicación.

Son símbolos contruidos y comprendidos generalmente por la sociedad, permiten continuar con la comunicación sin necesidad de complejizar en exceso cada vez que se haga referencia a ellos al realizar una descripción. Reducen complejidad y al mismo tiempo la crean, dentro de sus límites. Son de uso continuo en los sistemas sociales diferenciados, en los sistemas de interacción y en sistemas organizacionales. Coordinan la relación de selección entre las diferenciaciones de alter y ego. Incrementan la selectividad y codifican preferencias al realizar determinadas selecciones.

Las producciones de la comunicación son los sistemas sociales. Estas estructuras complejas construidas desde axiomas de comunicación son cuatro: los sistemas funcionales, los sistemas de organización, los sistemas de interacción y los movimientos sociales.

Para el caso aquí investigado, los pertinentes por el momento son los sistemas sociales funcionales. El más importante de ellos, el que todos los demás sistemas dan por sentado y hacen referencia a él es el sistema sociedad. El fin del estudio de Niklas Luhmann es la definición de la sociedad, su construcción conceptual desde los postulados epistemológicos ya citados en esta tesis. Así, con los resultados que presentó, es posible la investigación de diferentes fenómenos sociales con bases de comprensión de lo entendido como sociedad, social y sistema.

Los sistemas sociales funcionales dentro del concepto de sociedad son el sistema de la ciencia, de la educación, del arte, del tratamiento de enfermedades, de la política, de la religión, del derecho, de la economía y de los medios de comunicación masiva. Cada sistema se diferencia con su código que permite sus operaciones: Ciencia: Verdad/No verdad, Educación: Educativo/No educativo, Arte: Arte/No arte, Tratamiento de enfermedades: Enfermedad/Salud (Trabaja con el término aparentemente negativo, ya que la salud significa no hacer nada para este sistema), Política: Gobierno/No gobierno, Religión: Trascendental/No trascendental, Derecho: Legal/No legal (Diferente a ilegalidad), Economía: Ganancia/No ganancia, Medios de comunicación masiva: Informable/No informable.

Los medios de comunicación simbólicamente generalizados tienen una relación usualmente predominante en un sistema societal en específico, aunque no exclusivos: el sistema político usa el poder, el económico el dinero, la ciencia la verdad y la familia el amor.

Existen también *Mecanismos Simbióticos*, estos son las formas sociales que permiten activar y dirigir recursos orgánicos y de dar a los disturbios también de origen orgánico una forma socialmente manejable. Como una especie de observaciones del plano físico, regulan y adecuan al grado de desarrollo de la sociedad, en interacciones, los casos de disturbios absorbidos (Luhmann, 2015:43-44).

Hay funciones simbióticas en los medios de comunicación simbólicamente generalizados. En el poder está la violencia física, en el amor la sexualidad, en la verdad la percepción que se vuelve metodológica y en el dinero las necesidades que satisfacer, la escasez de propiedad. La comunicación sobre el plano físico, orgánico y psicológico tiene estos acoplamientos que permiten regular la comunicación selectiva, de lo orgánico a lo simbólico.

Con el anterior esbozo sobre la visión de sociedad a partir de los sistemas diferenciados se puede ubicar concretamente al sistema de los medios de comunicación masiva. Ellos tienen un análisis particular en la teoría desde Niklas Luhmann. Debido a que el objeto de estudio de esta tesis –el cine– se localiza en el sistema de los mass media, es necesario profundizar y detallar a este sistema social. (Véase Mapa 1 y 2 en Anexo)

4.5 Disensiones.

Antes de proseguir con el tema, es necesario señalar las principales argumentaciones en oposición con la teoría de Niklas Luhmann. No se busca pormenorizar o tomar una postura definitiva sino señalar los debates existentes en torno a esta teoría.

Al igual que la teoría de Talcott Parsons en su época, los sistemas sociales autopoieticos han sido señalados como una posición política neoconservadora, debido a la percepción de que *sistema* significa estabilidad y que *autopoiesis* se confunde con homeostasis, ambas preconcepciones incorrectas.

La teoría de sistemas sociales de Niklas Luhmann se desarrolla como una investigación científica con postulados epistemológicos y evade la propuesta moral del mundo. Anteriormente, desde otras perspectivas teóricas, se ha apostado por la unidad que debe de contener ambas direcciones.

Entonces, la verdadera crítica es la que apunta a los postulados teóricos y la metodología con la que construye el conocimiento. En las principales disensiones sobre la teoría de sistemas sociales encontramos los siguientes cuestionamientos: la crítica a la deducción aristotélica, las deficiencias de la gran teoría, los quiebres conceptuales de la emergencia comunicativa y la justificación de la base de conocimiento.

El primer cuestionamiento es la crítica a la estructuración epistemológica aristotélica que utiliza Luhmann, esta estructuración se observa explícitamente en el texto *¿Cómo es posible el orden social?* Pero la cuestión se dirige a la metodología deductiva utilizada en su teoría. En específico al silogismo expuesto por Aristóteles: Premisa mayor, premisa menor y conclusión.

Si bien la teoría de Luhmann no busca un origen de un principio general, la premisa mayor de la teoría de sistemas podría encontrarse en la diferenciación. A partir de esta premisa se construye de forma deductiva la teoría de sistemas, y se encamina hacia los casos particulares.

Desde el principio del siglo XVII René Descartes y Francis Bacon -racionalismo y empirismo- se concordó en la crítica al método de razonamiento del silogismo aristotélico utilizado por la escolástica. Bacon consideraba que el silogismo “sólo sirve para imponer «el asentimiento, pero no aprehende la realidad», mientras que Descartes lo describía como un método que “sirve para explicar a otros las cosas ya sabidas” pero no para descubrir nuevas verdades. En una revisión al ejemplo de silogismo de Aristóteles: *Todos los hombres son mortales. Sócrates es hombre: Sócrates es mortal*, se encuentra en realidad que “la conclusión no es algo nuevo que se extrae de las premisas, sino que está en el fundamento de la premisa mayor, a la que antecede y no sigue, como pretende el silogismo” (Fronzizi, 2011:

17-19). Por lo tanto, encontramos la diferencia de deducción/inducción. Para continuar con esto la siguiente disensión.

La segunda disensión es principalmente conocida por la crítica de C. Wright Mills a los “grandes teóricos”, con Talcott Parsons como principal expositor. Para Wright, en términos estrictos y sencillos, la gran teoría es “asociación y disociación de conceptos”, aquí se puede incluir a la propuesta de Luhmann. El problema de la teoría general de la sociedad es su separación de la realidad y la pérdida abstracta en un laberinto autoconstruido, donde sólo se encuentran los investigadores mirándose a sí mismos. Esta postura viene del segundo capítulo del libro de 1959, *La imaginación sociológica* (Wright Mills, 2003:44-67).

Las alternativas de las teorías de alcance medio, propuesta de Merton, para Luhmann no son suficientes. La teoría de la sociedad es necesaria en el sentido de tener una descripción abarcadora del mundo moderno que pueda sostenerse por sus propios postulados, para posteriormente tener la capacidad de analizar los fenómenos inmediatos en un marco completo y consistente.

En específico, la comunicación cinematográfica entendida como fenómeno social necesita de un marco epistemológico que pueda articular su investigación dentro de la sociedad, y no como un proceso independiente que *refleja* los eventos sociales. La construcción de un objeto de investigación social se debe hacer consecuente a la teoría de sociedad, objetivo de esta tesis. Precisamente este objeto de estudio sirve para profundizar el debate sobre el individuo y la sociedad, o los acoplamientos estructurales entre los sistemas psíquicos y los sistemas sociales, sobre esto el siguiente cuestionamiento.

La tercera disensión viene desde el interior de la arquitectura conceptual de sistemas. La crítica se dirige hacia la conceptualización de la *comunicación*, aspecto fundador de lo entendido como *lo social* y uno de los ejes principales de la teoría de sistemas sociales.

En esta teoría, el antihumanismo, el antirregionalismo, el radical constructivismo y el rechazo del consenso como guía para establecer el concepto de sociedad son producto de la definición de comunicación como fenómeno autorreferencial y exterior a los individuos,

territorios o perspectivas morales dicotómicas. No hay que olvidar que estas posturas “escandalosas”¹ son términos que se seleccionan con el objetivo de la construcción abarcadora y general del concepto de sociedad. Los fenómenos específicos que en su estudio sí contengan variables e indicadores de región, opinión o consenso, se realizan con la estructura del marco general ya construido de lo que es entendido como *sociedad*.

Entonces, la crítica hacia el concepto de “emergencia comunicativa” se encamina hacia la pregunta “¿cómo es posible que *ni siquiera* el ‘antihumanismo radical’ de Niklas Luhmann haya podido excluir suficientemente al ‘hombre’ de la comunicación y de la sociedad?” (Pignuoli y Zitello, 2011:943). Esta pregunta es parte de las conclusiones del artículo *Tensiones y quiebres teóricos del concepto de comunicación de Luhmann*.

Estos autores profundizan en la lógica de las contradicciones internas con los propios postulados de Niklas Luhmann, sin renunciar al concepto de comunicación ni alejándose de las potencialidades que tiene el post-humanismo para las ciencias sociales como nuevas propuestas teóricas o éticas –Bruno Latour, Donna Haraway–. Su texto es un análisis detallado y exhaustivo del proceso relacional entre las complejidades psíquicas y los procedimientos comunicativos, y viceversa.

Los autores exteriorizan la contradicción inadmisible del concepto de comunicación de la teoría de sistemas sociales autopoieticos. Ellos consideran que en la diferencia entre los sistemas psíquicos y los sistemas sociales existe “la reintroducción [de la información] agregada” en la conciencia y con ello “contradice el principio de intransferibilidad de información de los sistemas autorreferenciales” (Pignuoli y Zitello, 2011:937).

Aunque estas consideraciones no atentan de forma “dramática” –fractura determinante para el abandono– a la teoría de sistemas, debido a la plasticidad de esta, sí incita a la profundización de sus conceptos en “situación crítica” para proponer diferentes definiciones y con ello diferentes propuestas explicativas de fenómenos sociales.

¹ adjetivo que Ignacio Izuzquiza utiliza sin intenciones peyorativas y más bien señala las posibilidades iconoclastas del pensamiento del sociólogo alemán en su libro *La sociedad sin hombres: Niklas Luhmann o la teoría como escándalo* (Arnold, 1991)

Con este estudio sobresale la antigua y constante polémica de la relación entre elemento y estructura, es decir, la búsqueda por el concepto que predomina y determina: el individuo o la sociedad. El debate sobre el sujeto no puede cerrarse definitivamente con los postulados de la TGSS, respecto a la exclusión de procesos psíquicos en sistemas sociales. Empero, los conceptos se refieren al nivel de involucramiento y no a la determinación de la sociedad por el sujeto, como antes se había pensado, por ejemplo, el pensamiento de la determinación psicológica como las teorías de la horda inicial o la historia mundial como la historia de “los grandes hombres”, debate surgido desde los inicios de la ciencia social entre Thomas Carlyle y Herbert Spencer, en sus libros *On Heroes, Hero-Worship and the Heroic in History* (1841) y *The Study of Sociology* (1896), respectivamente.

La aparente oposición entre los análisis microsociológicos y los macrosociológicos dicta que podría existir una imposibilidad de extrapolación de conceptos de un nivel a otro, por ejemplo, el interaccionismo simbólico de Erving Goffman y su limitante de estudio macrosocial, como mecanismo de encaje de los individuos y pequeños grupos sociales en instituciones como el Estado, la economía global o en teorías generales de sociedad. Al final, la solución implicaría decidir entre el camino del elemento hacia la estructura o de la estructura hacia los elementos.

Aunque el cuestionamiento que se le hace al concepto de comunicación de la teoría de sistemas sociales autopoieticos no se dirige de regreso a la explicación que gira en torno a la sujetología, discutir sobre los quiebres respecto a la relación de sentido psíquico y procesamientos comunicativos –lo social– permite vislumbrar las posibles interpretaciones del fenómeno cinematográfico y el proceso en extenso de la comunicación, o sí, la transferencia de sentido de un sistema social y un sistema psíquico. Aquí el concepto de mecanismo simbiótico complementa la descripción de esta relación y permite mostrar otro acoplamiento estructural entre los sistemas cognitivos y sistemas sociales aparte del lenguaje, ya que la percepción permite una comunicación cinematográfica -audiovisual narrativa-.

Los autores Pignuoli y Zitello a lo largo de su artículo identifican el núcleo de la teoría de sistemas sociales –emergencia/complejidad/diferenciación– que hizo posible una explicación

de la sociedad sin recurrir a la antigua ontología. Y aunque en la teoría de sistemas sociales el tema de la relación entre los individuos y la sociedad se ha reconceptualizado para superar los obstáculos ontoteleológicos, no hay que olvidar los amplios aportes desde otras disciplinas. En ellas ya se ha cuestionado la concepción clásica del individuo en la semántica de la tradición vétero-europea: la *unidad* bio-psico-social (Cuerpo-Órgano/Conciencia-Alma/Sociedad-Comunidad).

Una perspectiva para reconceptualizar las relaciones de las personas y la sociedad es del psicoanalista francés Jacques Lacan. Sus ideas giran en torno a la experiencia del Yo en relación con el otro y con el Otro. Esta relación está atravesada por términos como extimidad, estadio del espejo y la tríada de El imaginario, El real y El simbólico. Con su pensamiento se puede concebir al mundo de una manera no necesariamente dicotómica entre los absolutismos de individuo y sociedad, y, de una forma similar a Luhmann, relata la imposibilidad de las personas para abarcar al mundo circundante. El registro de lo Simbólico en la conformación del Yo, muestra las tensiones conceptuales y perceptivas al intentar reducir a las personas como una unidad bio-psico-social y complejiza en el proceso que significa cada persona. (Sánchez, 2016: reseña propia)

Aunque es complicada la relación entre psique y comunicación o entre personas y sociedad, es difícil negar la postura sistémica cuando afirma que no se puede existir interpenetración de conciencias. Los sistemas sociales serán entonces construcciones separadas que permitan precisamente la comunicación.

Finalmente, la cuarta disensión de consideración importante en esta tesis es la justificación de la base del conocimiento, es decir, los principios epistemológicos de la teoría.

Al referir la sustentación epistemológica basada en la diferencia, se intenta superar los obstáculos ontológicos por la búsqueda de la unidad –la pregunta por el ser o por el fenómeno– y los obstáculos teleológicos –la búsqueda por el sentido último o meta de la existencia.

En los estudios científicos sociales, y más concretamente en sus antecedentes epistemológicos, se encontraban reminiscencias de las antiguas explicaciones vétero europeas, cuyos principios buscaban a una unidad, que significaba dios, naturaleza o razón única.

El camino para la construcción de conocimiento en las ciencias físicas no tenía tales problemas. Por ello el método de Luhmann no es una extrapolación de las ciencias físicas, como la biología, la cibernética y las matemáticas. Su teoría compleja permite la estructuración de una propuesta de síntesis epistemológica.

Dicho directamente, en niveles tan fundamentales del conocimiento, para los tesisas de grado sólo se presenta la posibilidad de elección por una u otra propuesta. La argumentación sobre la epistemología utilizada en las diferentes teorías debe resultar justificada cotejando otras perspectivas.

Al final, con estas disensiones nos encontramos en la angustiante situación de libertad del marco teórico. Es decir, las estructuras abiertas a la falsación resultan, por supuesto, no definitivas y siempre en construcción. Pero son ellas mismas los soportes que ofrecen una referencia pensada en términos generales, con todas las implicaciones y consecuencias, para la conceptualización de la sociedad.

Más concretamente la cuestión es ¿Cómo estas disensiones aportan observaciones a la construcción del objeto de investigación? La respuesta sobre la comunicación como emergencia de lo social, tiene que ver en la articulación de la teoría general y el estudio particular de la comunicación cinematográfica.

La radicalidad del concepto de comunicación sirve para fundamentar una teoría general de la sociedad. Para el caso del cine es necesario indagar sobre la relación del antihumanismo de la sociedad y los mecanismos simbióticos que permiten el acoplamiento entre cognición, emoción y comunicación. También será interesante ver cómo a pesar de la autorreferencia de la comunicación, las regiones tienen descripciones que aportar a la comunicación cinematográfica, si bien no en cuestión epistemológica sí para la construcción del lenguaje o

utilización de este. De igual manera habrá que analizar al sistema de comunicación cinematográfica para observar los consensos y disensos constantes, ya que no hay una voluntad única que dirige la construcción oficial del cine, a pesar de los intentos institucionales.

En los parámetros generales de esta tesis, se busca la explicación sustentada de las implicaciones del cine, como parte de los medios de comunicación masiva, con la sociedad.

Para ello, fue insoslayable repasar generalmente los cánones de la teoría de los medios de masas y en específico propuestas concretas que indagan sobre aspectos importantes pertinentes para este trabajo. Si bien se encontraron múltiples conceptos de correspondencia entre canales, contenidos, significados y formas de interpretación de los mass media, la labor radicó en señalar las principales aportaciones para la comprensión de ellos, y utilizar el método y marco teórico de Luhmann para su discriminación pertinente a este trabajo. Pero el siguiente paso implica estudiar los postulados de Niklas Luhmann hacia el sistema social diferenciado de los medios de comunicación masiva.

5. El sistema social de los medios de masa.

¿Cómo se articula el medio cinematográfico dentro de esta descripción de sociedad?

5.1 La importancia y la definición de los medios de comunicación de masas.

Publicado en el año de 1996 y traducido al español en el 2000, el libro *La realidad de los medios de masas*, de los últimos publicados en su vida, es el estudio que Niklas Luhmann hizo sobre los medios masivos de comunicación, tan relevantes en esta época y diferentes a sociedades pasadas.

Con la ambición de una teoría general de la sociedad, la dedicación hacia el estudio de los mass media es insoslayable para la sociología de sistemas. Pero la importancia de ellos es aún mayor que solamente cumplir con el estudio de una característica más de la sociedad moderna. Desde las primeras palabras de este libro Luhmann afirma que “*lo que sabemos sobre la sociedad y aun lo que sabemos sobre el mundo, lo advertimos a través de los medios de comunicación para las masas.*” Y esta sentencia no excluye a los encargados precisamente de una valoración más profesional, pues “la consideración también vale para los sociólogos” (Luhmann, 2000:1 [subrayado en el original])

Ante la imposibilidad de la omnipresencia del cuerpo humano y de la omnisciencia de la mente individual, todos los conocimientos sobre la sociedad e historia, o inclusive sobre la naturaleza, son atisbos del mundo, la mayoría no comprobados por nosotros mismos de primera mano, la información llega a nosotros de forma compactada, “lo que conocemos acerca de la estratosfera no dista mucho de lo que Platón sabía acerca de la Atlántida.” (Luhmann, 2000:1). Ya se había descrito este proceso en el apartado de esta tesis sobre *Observaciones y Deconstrucción*, texto en el que se señalaron las distinciones de los medios de comunicación masiva: “discontinuidad sobre continuidad, conflicto sobre paz, disenso sobre consenso, drama sobre la vida normal y aburrida”; cantidades sin explicación, malas noticias sobre las buenas pero buena publicidad sobre la mala (Luhmann, 1993: 776).

Ahora, para definir puntualmente, hay que entender a los medios de comunicación masiva como todas aquellas “*disposiciones de la sociedad que se sirven, para propagar la comunicación, de medios técnicos de reproducción masiva*” (Luhmann, 2000:2).

Por nombrar algunos de los medios que deben ser considerados dentro de los parámetros de esta definición encontramos a la radio y la televisión –con sus diversos contenidos–, ellos ya reconocidos como los primeros y más famosos medios de comunicación de masas; de entre los impresos se encuentran los libros, las revistas, los periódicos “así como en reproducción fotográfica o electrónica de todo tipo, en la medida en que su producción sea en gran número y esté dirigida a receptores desconocidos.” También se incluye bajo este concepto a “los filmes o los diskettes que dan a conocer extensivamente el contenido de... representaciones [de teatro, exposiciones o conciertos]” (Luhmann, 2000:2). Actualizados estos conceptos podrían catalogarse todos los archivos capaces de portarse en memorias USB o transmitirse por vía electrónica. Y como más adelante del libro se verá, de igual forma son catalogados así los filmes cinematográficos.

Una omisión de Luhmann, comprensible por los años en que debió ser escrito el libro, es el Internet. Siguiendo su misma definición es posible hacer en enlace de categorización. Diferente a todos los anteriores, capaz de ser el medio de medios y creador de formas incipientes y endógenas de él mismo, quizá el Internet mereciera su propia definición. Por el momento será suficiente saberlo medio de comunicación masivo y, lo que pudiera parecer contradictorio, también permite la comunicación personal y grupal. Esta aparente contradicción se bosqueja como las vinculaciones dentro del Internet en comunicación personal y masiva. Si bien los blogs personales no deben considerarse como mass media, la posibilidad que contiene el Internet en cuanto cohabitan las expresiones de masa y las personales, permite el traspaso de éstas últimas a formas de *viralización*.

Por otro lado, a forma de exclusión, “no deben ser considerados... la producción masiva de manuscritos... tampoco la consideración del simple espacio público... como es el caso de las conferencias, las representaciones teatrales, exposiciones, conciertos.” (Luhmann, 2000:3) Debido al corto alcance de ellos, limitados por su forma de difusión.

En cuanto a los filmes cinematográficos, tanto independientes como comerciales, la proyección masiva a través de las salas, los multicines, la propagación por televisión, Internet o publicidad por muchos medios más, convierten estas creaciones personales, o a veces

empresariales, en masivos. He aquí la diferencia entre los contenidos y los medios –las formas y el médium en términos de Luhmann– ya que, aunque pueda haber una diversidad de los contenidos, las operaciones con los cuales los medios funcionan son el eje de estudio para develar los procesos sociales y sus alcances concretos hacia la sociedad.

Para entender de forma general a los mass media y responder preguntas específicas sobre medios no nombrados aquí, es necesario resaltar la función de la tecnología para la definición: “únicamente el producto obtenido maquinamente, en calidad de portador de la comunicación –y por consiguiente no la escritura en cuanto tal–, fue el que condujo a la diferenciación de un sistema especial, denominado medios de comunicación de masas.” (Luhmann, 2000:3) La metodología característica de esta teoría de sistemas, el camino de la diferenciación, hace ver al proceso del cual parte con esta tecnología y cuya simbiosis permite la emergencia de un sistema diferenciado y autopoietico. “La tecnología de la expansión toma aquí el papel que representó el dinero en la economía: ser tan sólo un medio que hizo posible la construcción de formas” (Luhmann, 2000:3). De una vez cabe resaltar, como ya se dijo en este mismo párrafo, que los medios de comunicación de masas son un sistema social, al mismo nivel que la política, economía, educación, religión o la ciencia.

Una consecuencia de esta expansión tecnológica y creación de un sistema social es que en los medios de comunicación de masas “*entre el emisor y el receptor no debe haber interacción entre presentes.*” Esto significa que “la interacción quedará excluida por el intercalamiento de la técnica” (Luhmann, 2000:3) No hay una relación personal entre los autores de novelas, de artículos, de programas radiofónico o televisivos, directores de cine o intérpretes musicales, a pesar de lo que su obra haga sentir a los espectadores –reminiscencia de la interacción personal–.

A esto, Luhmann lo llama *rompimiento*, ya que no hay interacción entre los participantes. (Luhmann, 2000:3) “Mediante el rompimiento del contacto inmediato, se aseguran altos grados de comunicación.” Y “se producen excedentes de comunicación que sólo se controlan en el interior del sistema mediante autoorganización y mediante una construcción propia de la realidad” (Luhmann, 2000:4)

Sin interacción inmediata o presente entre los participantes se hace uso de dos tipos de selectores para la comunicación masiva: “la disposición de emitir comunicación y el interés de conectarse a ella” (Luhmann, 2000:4). Dentro del sistema “las organizaciones que producen la comunicación en los medios de masas, están sentenciadas a suponer tanto las exigencias desmedidas como la aceptación”, esto produce a su vez el acto de “estandarizar la comunicación” y “a diferenciar sus programas”. Pero los mass media, y las organizaciones de este sistema “no pueden hacer justicia a la exigencia de que la comunicación se ajuste a cada individuo particular” (Luhmann, 2000:4).

Recordando que los mass media son *Disposiciones de la sociedad que se sirven, para propagar la comunicación, de medios técnicos de reproducción masiva*, la siguiente conclusión.

Esta primera definición de los medios de comunicación de masas es necesario una recapitulación de las características previamente nombradas y observar el recorrido que se ha hecho de una manera más clara y resumida. El proceso de este sistema social –diferenciado y autopoietico– se inicia con el uso de *medios técnicos de reproducción masiva* para propagar información previamente seleccionada (código), la consecuencia inmediata es la no interacción entre los participantes. Esa no interacción provoca un *alto grado de comunicación*, un *excedente de comunicación*. He aquí que se complejiza el proceso, pues ante este excedente surgen controles internos del sistema para la autoorganización de sus nuevos elementos y la consecuente *construcción propia de realidad*, –reducción de complejidad–. Hay que anotar que en este punto se habla del sistema y no de organizaciones del sistema. Una de las operaciones de esa autoorganización son los dos selectores mencionados: *la disposición de emitir comunicación y el interés de conectarse a ella*, con ellos es cómo funciona, en parte, la racionalidad del sistema de los mass media. Y, aquí sí, surgen las organizaciones del sistema que necesitan cumplir las exigencias y aceptaciones de comunicaciones, lo que provoca la estandarización de la comunicación masiva y la diferenciación de programas para las diversas audiencias.

Ahora, esta propuesta para entender el pensamiento de Luhmann hacia los mass media parecerá mecánica, pero si se comprende que es un proceso evolutivo y complejo en cuanto a que algunos de los procesos enunciados ocurren simultáneamente, e intentando superar las falacias de *cum hoc ergo propter hoc* o de *post hoc ergo propter hoc*, podemos evitar explicaciones simplistas y mecánicas.

Aunque con sólo nombrar las deficiencias que se pueden cometer en este estudio, no es suficiente para superarlas. Aquí surge la necesidad de criticar si es que esta teoría de los mass media, o sólo esta interpretación de dicha teoría, padece de una visión mecanicista ¿acaso, si es que contuviera esa visión, es una deficiencia? El mismo Luhmann hace una advertencia de estudiar los fenómenos de una manera simplista y aunque, en efecto, el análisis sociológico es una reducción de complejidad, este proceso enunciado de los mass media en sus primeros momentos puede resultar, claramente, una relación de causas y efectos, ocurre lo contrario conforme se complejizan las relaciones mientras se avanza en el mismo proceso, ellas se hacen más complicadas y vemos co-presencia de factores que simultáneamente originan diferentes desarrollos dentro del sistema.

5.2 La doble realidad.

Sobre las bases epistemológicas y la operatividad del sistema Mass Media.

El primer capítulo del libro *La realidad de los medios de masa* es titulado *La diferenciación como duplicación de la realidad*. Desde el nombre del libro Luhmann deja deliberadamente la interpretación ambivalente de su redacción, pues una cosa es *la realidad* de los medios de masas –la verdadera característica de operación de este sistema–, y otra es la realidad *de* los medios de masas –la verdad que es propiedad de ellos, que ellos mismos construyen–.

En un fenómeno gramatical se aprecian los dos aspectos que Niklas Luhmann señala. Pero ahora es necesario ver en un análisis más profundo las condiciones epistemológicas y la metodología que él utiliza para hacer esta aseveración.

La realidad real y la realidad inventada son ese *doble sentido de la realidad de los medios de masas*. Paradójico llamar inventada a una realidad, inclusive contradictorio, pudiendo haber simplificado esta diferencia como realidad e invención, realidad e ilusión o conceptos dicotómicos similares. Pero Luhmann opta por seguir usando el término realidad en ambos casos, ya que precisamente es una duplicación de la realidad.

Para comprender este sentido de realidad hay que recordar la diferencia entre operaciones y observaciones de la teoría de sistemas. Las operaciones son todos aquellos procesos de la comunicación que permite la creación de sistemas sociales y, con ellos, formas. Las observaciones son operaciones que se hacen desde un observador –un sistema social–, es decir, desde una codificación ya efectuada se hace la interpretación de procesos en forma de heterorreferencia. Desde estas bases “el quehacer de los *media*” es una “secuencia de observaciones”, no sólo de operaciones sino “secuencia de operaciones que observan” (Luhmann, 2000:6).

El primer sentido, la realidad real, *consiste en su propia operación*, es decir, en el sistema mismo, en las características de su funcionamiento, en la descripción de éste como sistema social, como comunicación dentro de la sociedad: “se imprime, se difunde, se lee, se captan emisiones. La cantidad ingente de comunicación que se produce al preparar y, después, al discutir lo que se ha emitido cubren como enredadera este acontecimiento” (Luhmann, 2000:4). Los trazos conceptuales anteriores “se refieren a las operaciones reales por medio de las cuales el sistema se produce a sí mismo y se diferencia de su entorno” (Luhmann, 2000:6).

Esto devela una característica esencial de los mass media. Las comunicaciones que se generan a partir de lo emitido son una posibilidad que permiten masivamente los medios de masa, poner tópicos de discusión para las masas, que generen debate, comunicación que termine en acuerdos o conflictos, pero indiferentes a su conclusión ponen el tema en la agenda. “Los *mass media*, al no dejar que la comunicación se bloquee por el fracaso y las contradicciones, se obligan a procurar un público idóneo y a experimentar con posibilidades” (Luhmann, 2000:6).

El segundo sentido es “la realidad para los medios de masas, es decir, lo que aparece como realidad para ellos, o aquello que los otros tienen por realidad porque lo han tomado de los medios de comunicación” (Luhmann, 2000:6). Con las bases epistemológicas planteadas en capítulos anteriores, que mencionan lo inabarcable del mundo como totalidad y la constante construcción social que se da de él, es posible decir que los medios masivos inventan una realidad.

Entonces “hablaremos... de realidad primera y de realidad segunda observada. Así constatamos una duplicación de la realidad que lleva a efecto el sistema de observación llamado medio de comunicación de masas” (Luhmann, 2000:6-7). Una peculiaridad de este sistema es entenderlo como “de observación”. Si bien todos los sistemas tienen observaciones, aquí prima la operación de observar y ella se vuelve elemento de difusión de su propio funcionamiento.

Las observaciones de los mass media, en el proceso de difusión, pierden de manera obvia su definición propia como distinciones desde un sistema definido y son presentadas como operaciones transferidas –acto imposible desde la teoría de sistemas–. De ahí que esas observaciones sean presentadas como una realidad aparentemente real y surja la necesidad de nombrarla *realidad inventada*, pues, aunque sean aceptadas y emerja una realidad producto de las posteriores comunicaciones de las observaciones primigenias, no dejan de ser operaciones de observación de un sistema social.

Pero, si epistemológicamente solo tenemos observaciones, ya sea desde la vida cotidiana o desde el sistema de la ciencia, y las consecuencias de ellas son las que crean nuestra realidad. ¿Acaso entonces no toda realidad es inventada? ¿Cómo tratar este concepto de realidad de una manera no sólo retórica sino rigurosamente científica? Esta cuestión es tratada en el siguiente apartado del libro de Luhmann para evitar confusiones metafísicas.

El sustento epistemológico para esta división de realidad que parece extraída de las más elocuentes ideas del *ciberpunk* o del *new age*; inclusive distintos científicos tienen ideas similares (Ball, 2016). A continuación, el sustento será detallado en los siguientes párrafos.

Luhmann parte desde la teoría del conocimiento con la siguiente sentencia: “todas las afirmaciones –incluyendo ésta– son aseveraciones de un observador y en esta medida, adquieren su propia realidad en la operación del observador.” (Luhmann, 2000:5). Aquí, observador no es individuo, es un sistema de comunicación, un sistema social. En este caso en particular son los medios de comunicación de masas. Y al igual que la sentencia del inicio del párrafo pregona, “los *media* comunican sobre algo... distinto a ellos o sobre ellos mismos” (Luhmann, 2000:7). La teoría de sistemas llama a esto la distinción autorreferencia/heterorreferencia.

Por el momento pospone la “pregunta por la concordancia de la verdad y los medios de masas” (Luhmann, 2000:7). Pero en este punto de la discusión cabe aclarar que los *media* “no se pueden tener a sí mismos como la verdad... Consecuentemente se ven obligados a construir realidad y, a decir verdad, a construir una realidad distinta frente a su propia realidad” (Luhmann, 2000:7).

¿Por qué no se pueden tener a sí mismos como verdad? Los *media* se han comprobado hasta aquí como observadores de las operaciones fuera de ellos, del mundo del cual y hacia donde comunican, e inclusive operaciones de ellos mismos. Pero como sistema social son consecuentes a su parcialidad, y en contradicción tienen el objetivo de informar sobre casi la totalidad de la sociedad sin ser la sociedad en su totalidad. Los mass media no son la sociedad completa, no son el absoluto, no son la verdad.

Esta relación de concordancia con la verdad es de suma importancia cuando se observa la comunicación cinematográfica, tanto en ficción como en los filmes con la disposición de emitir comunicación documental sobre un evento de la sociedad o del mundo en general. Su conclusión nos lleva a describir la comunicación cinematográfica desde su particular operación de creación de realidad.

Continuando con la cuestión epistémica que justifica identificar a este proceso *duplicación de realidad*, Luhmann hace un recuento de la discusión sobre el constructivismo, discutido “tórridamente”. Los constructivistas, según este sociólogo alemán, no han podido abandonar las distinciones de idea/realidad, sujeto/objeto o signo/designado. La alternativa que propone

Niklas Luhmann para superar estas distinciones, con sus correspondientes deficiencias, proviene de las enseñanzas de la fenomenología de Husserl. Argumenta que ambos lados de la forma se complementan en una unidad y aboga por la “más probada distinción de sistema/entorno” (Luhmann, 2000:7).

Se le conoce a la teoría de sistemas sociales autopoieticos como un constructivismo radical ya que ella afirma que “si todo conocimiento tiene que ser procesado [con la distinción autorreferencia/heterorreferencia], entonces todo conocimiento (y con ello toda realidad) es una construcción” (Luhmann, 2000:8).

En términos estrictos:

Nosotros optamos, en el tratamiento de los *mass media* (como en el tratamiento de la teoría del conocimiento), por un constructivismo de las operaciones. Las teorías constructivistas afirman que los sistemas cognitivos no están en situaciones de distinguir entre condiciones de existencia y condiciones de conocimiento de los objetos reales. La razón es que los sistemas cognitivos no tienen otro acceso a los objetos que el conocimiento.

La TSSA estructura un análisis ordenado de la sociedad ante la multiplicidad derivada del constructivismo con el que se crea la *realidad*, con el concepto de “observaciones de segundo orden” se logra “el reconocimiento de los marcos de referencia (*frames*) de sus formas de conocimiento” (Luhmann, 2000:8).

“La realidad primera... no se encuentra «en el mundo de fuera», sino en las operaciones mismas de la cognición” (Luhmann, 2000:9). Cognición que debe ser entendida en los parámetros de un sistema, en este caso en el de los medios de comunicación de masas. Entonces sin la distinción de idea/realidad o sujeto/objeto la teoría de sistemas no trata con una verdad absoluta y fuera del sujeto, una verdad a la cual se aspira llegar. Para que no haya confusiones se aclara que “el constructivismo operativo de ninguna manera duda que exista

el mundo circundante (entorno)... La tesis del constructivismo operativo no conduce a una negación del mundo y no discute que no haya realidad. Sin embargo, no presupone que el mundo sea un objeto, sino más bien lo considera como lo reflexionó ya la fenomenología: como horizonte inalcanzable” (Luhmann, 2000:9). Por ende, tanto para la conciencia como para la comunicación “no existe otra posibilidad que la de construir la realidad” (Luhmann, 2000:9).

Para hacer un pequeño paréntesis sobre las implicaciones del constructivismo operativo en la comprensión de la sociedad, resalta el estudio de las diferentes visiones del mundo, no sólo las llamadas ideologías, sino las perspectivas religiosas, políticas, económicas y científicas, por nombrar algunas. Discursos que pueden entrar en conflicto tanto en su mismo sistema como con otros, ya que todas ellas suponen su explicación de la realidad como verdadera y única. Aplicando más estrictamente las disposiciones del constructivismo, estas visiones ni siquiera se consideran a sí mismas como eso, formas de ver el mundo. Aún más, tampoco se consideran como explicaciones de realidad, es decir, omiten que son creaciones y se toman a sí mismas como una *realidad*. Tanto en sistemas, como en sus organizaciones y aún más en las personas que transitan por ellas, se apropian no ya exclusivamente de una visión del mundo sino de la realidad, negándola como *su* realidad. “Lo que se designa por «realidad» puede ser únicamente un correlato interno a la operación del sistema y no una cualidad” (Luhmann, 2000:10).

Finalmente, sobre la definición de realidad desde la teoría de sistemas, se afirma que “la realidad no es más que un indicador de las pruebas de consistencia exitosa del sistema. El sistema procesa internamente la realidad dotándola de sentido... *sensemaking*. La realidad se forma cuando se han solucionado las inconsistencias que resultan de la partición de la memoria en las operaciones del sistema” (Luhmann, 2000:10). Aquí la realidad es para los sistemas, y estos pueden ser sociales o cognitivos ya que esta afirmación abstracta opera para ambos casos. En el cine el *sensemaking* es de importancia significativa, la realidad cognosciblemente inalcanzable y sin orden alcanza un sentido a través de las operaciones del sistema comunicativo del cine, que presenta a la realidad en un lapso predeterminado. Sobre esto precisamente el último capítulo de la tesis.

Esta teoría de sistemas permite trascender la tradición vétero-europea del mundo ontológico alcanzable para el entendimiento humano sin caer en las deficiencias del relativismo social característico de la multiplicidad de discursos posmodernos.

Para el tratamiento concreto del tema de este trabajo, Niklas Luhmann articula este problema epistemológico de la teoría del conocimiento con el estudio sobre los medios de comunicación de masas de la siguiente manera, se disculpará la cita extensa:

todas las afirmaciones sobre la realidad ya no se podrán generalizar (tracendentalizar) haciendo una referencia única al sistema. Nuestra pregunta entonces la forma ¿cómo construyen los medios de masas la realidad? O de manera más compleja, aludiendo a su propia autorreferencia: ¿cómo podemos nosotros (por ejemplo los sociólogos) descubrir la realidad de su construcción de la realidad? No se trata de ver cómo desvirtúan los *mass media* la realidad por la forma en que presentan los hechos. Esto supondría una realidad ontológica pre-dada, objetiva y libre de toda construcción (Luhmann, 2000:11).

Entonces la pregunta de su investigación, ya presentados todos los antecedentes epistemológicos, la definición e importancia del tema, es “¿Cómo construyen la realidad los medios de comunicación para las masas?” (Luhmann, 2000: 11) y la consecuencia en este trabajo es preguntar por la forma específica del cine como programa de los mass media, en su comunicar audiovisual.

5.3 La emergencia y contingencia de los Mass Media

La reflexión sobre la existencia de los Mass Media de la sociedad y la importancia de éstos en ella, requiere un análisis desde los postulados de la teoría de sistemas sociales autopoieticos. En su metodología de estudio se aleja de la visión que interprete a los medios masivos de comunicación como un ente que surge en la actualidad; más bien, su estudio radica en “cómo la sociedad posibilita y permite que un sistema como el de los medios llegue a diferenciarse.” (Luhmann, 2000: 22)

Haciendo un paréntesis, esta pregunta discute directamente con otras teorías de ciencia social, ya que la sociedad moderna contiene la diferencia radical de la información digital.

La sociedad en permanente cambio se adapta y evoluciona a los descubrimientos y aplicaciones tecnológicas. Históricamente las tecnologías del dinero y de la imprenta han logrado cambios estructurales en la sociedad. Esto no descalifica a los contenidos de los libros, pero ¿cómo se hubieran difundido las ideas del Renacimiento y de la Ilustración?, o ¿cómo se hubieran difundido los actores políticos si las ideas escritas sólo se hubieran podido pasar de mano en mano con pocos ejemplares o con la antigua labor de transcripción artesanal?; o ¿cómo la economía, que anteriormente operaba de manera distinta a la que desde hace unos siglos impera debido al dinero, hubiera logrado los alcances territoriales que configuran actualmente a la sociedad?

Sin embargo, en esta lógica no puede haber aplicación de la Teoría de Sistemas Sociales Autopoiéticos Diferenciados hacia otras épocas históricas, así como los modelos explicativos de sociedad de esas fechas no pueden extrapolarse a estos tiempos.

Un estudio histórico podría revelar que la necesidad de informar expansivamente a través de los territorios se cumplía por diferentes medios –por ejemplo los chasquis en el imperio Inca–. Posteriormente, los tipos de comunicación concreta de la sociedad tuvieron una forma de expandirse masivamente en la imprenta, la importancia de este evento la señala McLuhan a lo largo de todo su libro *Understanding the media* del año 1964.

Pero ahora nos encontramos con la concreción única en la edad eléctrica, la emergencia de un sistema, la que provoca que todos los demás sistemas sociales se adapten o produzcan nuevas operaciones. “Para la evolución es necesaria una diferencia fecunda que, bajo condiciones favorables, conduzca a la emergencia de un sistema y que después se encuentren los ajustes pertinentes en la sociedad.” (Luhmann, 2000: 23). En este caso es el surgimiento de los Mass Media que con tecnología y código diferenciado permite comunicar información a públicos masivos de manera unilateral como nunca se había visto en la historia de la humanidad.

El carácter singular de esta sociedad en la era de la electricidad o de la información es una tesis de varias propuestas llamadas o autodenominadas como posmodernas. Sus advertencias sobre la nueva configuración de la sociedad deben de tomarse en cuenta en el estudio estricto

de la teoría de sistemas con autodefinición científica. Este análisis sistémico comienza entonces con la diferenciación fecunda de los Mass Media, diferenciación llamada *código*.

5.4 Funcionamiento de los Mass Media.

5.4.1 Código.

Anteriormente ya se describió el concepto de *código* en la teoría de los sistemas sociales autopoieticos –sentido binario–. A continuación, se tratará el caso concreto del sistema de los Mass Media.

Recordemos brevemente que el código es la distinción sistémica teórica que se necesita para reconocer el enlace de las operaciones del sistema, i.e., su producción y reproducción de diferencias siguiendo esa misma diferencia. El código es una abstracción en primera instancia que permite observar cómo realiza sus elecciones las comunicaciones del sistema. En los Mass Media, toda elección que se tenga que hacer en un futuro remitirá a este código.

“El código del sistema denominado medios de comunicación para las masas, se constituye a partir de la distinción información/no información.” Sobre estos conceptos Javier Torres Nafarrate, traductor de Luhmann y del libro *Die Realität der Massenmedien*, escribe en una nota, “resulta todavía más claro si se entiende el código en términos de la distinción entre lo informable/lo no informable” como se lo hizo notar Jorge Galindo Monteagudo (Luhmann, 2000: 26, pie de página). En otras secciones del libro también usa informativo/no informativo. Aquí se usará informable/no informable, debido a su claridad semántica, pero el código se entiende mejor si se muestran estas otras posibilidades de traducción.

Más que reunir las diferentes traducciones del código de este sistema expresado en español -información, informable e informativo- se requiere reflexionar sobre su uso en las tecnologías expansivas de comunicación siguiendo la elección de los valores positivos y negativos para proseguir con alcances de esta diferenciación. Estos dos lados del código aquí significan buscar que es lo que satisface la exigencia de información, es decir exigencia de temas y contenidos perpetuamente nuevos. Los medios de comunicación de masas continuamente deben de proponer temas, ellos seleccionan que podría cumplir con esa demanda de novedad. Eso es la información-informable-informativo. Por sus operaciones

propias deben seleccionar el valor positivo para continuar con su autopoiesis, de otra manera caen en el vacío de lo no informable y se detiene el proceso.

En conclusión, el código de los medios masivos de comunicación es informable/no informable.

Esta diferenciación significa coloquialmente *qué es digno de comunicarse por las tecnologías expansivas*, qué será aceptado como comunicación. La palabra Aceptado no significa consentir el contenido sino entenderla como información que merece conocerse, reconocerse, discutirse, ignorarse, consumirse o disfrutar sirviéndose de los medios técnicos.

La paradoja de este código, siguiendo su descripción en términos coloquiales, es que en realidad nada es digno de comunicarse a través de las tecnologías expansivas y al mismo tiempo todo es digno de ello. Contradicción de la nada y el todo en el código de los mass media que debe ser desarrollado por el mismo código, en este caso por los campos programático. Esta descripción será retomada más adelante.

En el código tampoco significa la preponderancia de ciertos mensajes ideológicos por otras alternativas de comunicación. Ya que lo que el código refiere es a información que merece comunicarse masivamente, no cuestiones personales sin relevancia. La complejidad subsecuente de la problematización de esta elección es precisamente el estudio de los medios de masa, los requisitos, los selectores y otras operaciones que responden a este código.

Hay que reconocer antes de terminar este tema “la particularidad más sobresaliente del código” informable/no informable: la “relación al tiempo”. Esto significa que la información “no se presta para la repetición, en cuanto se vuelve acontecimiento, se transforma en no información [no informable].” (Luhmann, 2000: 30) Para observar cómo lidia el sistema con la cuestión de lo no informable por repetición, se trata más adelante en los requisitos de los mass media.

5.4.2 Relación código-tecnología.

Como ya se relató, siguiendo los postulados de análisis de la teoría de sistemas, para diferenciar a un sistema social es necesario revelar su código. Pero en este caso en específico

ese código coevoluciona con “la conquista decisiva” que fue “el descubrimiento de las tecnologías expansivas de la comunicación” (Luhmann, 2000: 23).

Porque entonces, si la sociedad es comunicación –proceso que significa la unidad de tres selecciones (information/mitteilung/verstehen) – ¿Cómo es que se puede diferenciar un sistema de la sociedad con las mismas características que la sociedad como un sistema omniabarcador? Estas características son el proceso de comunicar. La distinción del sistema de los mass media son las tecnologías expansivas.

Definitivamente hay tecnologías que en su uso ayudan al funcionamiento de otros sistemas. Ya se discutió sobre el uso del dinero en el sistema diferenciado de la economía y el uso de la imprenta en la sociedad en general. También lo es la palabra escrita en el derecho –si podemos pensar en la escritura como una tecnología– y lo que probablemente sea el ejemplo más claro de las tecnologías que permiten un avance al despliegue del código de un sistema social es el sistema de la ciencia, en donde los dispositivos tecnológicos permiten realizar experimentos que cumplen con el código científico de verdad/no verdad. Esto no significa que la tecnología modifique el código, sino que permite desarrollarlo a horizontes más complejos y anteriormente inalcanzables.

No obstante, en el sistema de los medios de comunicación masiva el código se desarrolla *en* esas tecnologías. Los datos que se seleccionen como positivos para comunicarse por el sistema como información, se eligen pensando en su forma a través del médium eléctrico de difusión masiva. En un análisis contrafactual, si eliminamos de esta fórmula a la tecnología entonces el sistema mass media, usando solamente el código, no encontraría ni en la comunicación oral, ni en la mensajería clásica ni tampoco en otros medios, la manera de cumplir con la comunicación masiva.

Aunque este sistema de los mass media necesite de las tecnologías expansivas de la comunicación, no se puede negar que precise de un código para diferenciarse de la sociedad y de los sistemas diferenciados de ella. Todos los sistemas pueden distinguir informaciones consideradas interesantes desde su código y desarrollar operaciones propias. Pero el código de los mass media sigue siendo una diferencia directriz para su especificidad, ya que es el

único que hace reflexiva la diferencia de lo que puede informar y lo que es un “espacio vacío de la no información”, así reconoce “cuales operaciones le pertenecen y cuáles no.” (Luhmann, 2000: 37).

En combinación, en esta tesis se considera al sistema particular de los Mass Media como la sincronía entre la tecnología y el código, inseparables entre sí para lograr la diferenciación en la sociedad. En un estudio de más profundidad, quizá se revele que la tecnología anteceda al código, esto si pensamos en las nuevas posibilidades y capacidades de comunicación de la sociedad que se permiten por el uso de la tecnología, avance en potencial que no se había visto desde la imprenta y probablemente no se vio hasta el Internet que exige una respuesta de la sociedad.

5.4.3 Tecnología expansiva y extensiva.

Hay que definir puntualmente cuales son los *medios técnicos de reproducción masiva* de los que se habló en la definición de los Mass Media al principio de este capítulo. Pues la tecnología abarca un sinnúmero de artefactos materiales e inclusive inmateriales –ondas radiofónicas o la luz en fibras ópticas– que son manipulables para el uso humano y social.

Aquí se propone una diferenciación entre tecnología de comunicación expansiva y extensiva. Conceptos que, aunque sinónimos en el lenguaje popular, requieren de una argumentación detallada para justificar su distinción.

La propuesta surge de la lectura del libro *Understanding media* de Marshall McLuhan. En su amplio estudio sobre la radio, el gramófono, la escritura, la televisión, el cine, etc., presenta un apartado teórico, es decir una forma de interpretar la realidad, sobre la categorización de los media y de sus impactos en la sociedad.

Aunque no es exhaustivo en su estudio de una forma sociológica, hace una importante separación básica que se recupera aquí: la división de los medios en fríos o calientes. La metáfora no sirve para desarrollar una teoría de los medios de masa contenida en la teoría de sociedad debido a la simplificación de sus alcances comunicativos. Las confusiones que

puedan surgir por el uso de estos términos tienen que superarse para el estudio científico. Aquí se intenta desarrollarlo.

Para McLuhan, como se lee a lo largo de todo su libro y se observa en los diferentes documentales y entrevistas disponibles en línea, los medios calientes necesitan de un alto acoplamiento de los espectadores, es decir necesitan estar atentos en toda su concentración, usualmente este proceso se logra en soledad. Los libros, la radio y el cine son unos de estos medios. Los datos que se presentan por estos medios son complejos, él dice de alta definición.

Por otro lado, los medios fríos no necesitan tal nivel de concentración. Sus requisitos más bien laxos permiten que su audiencia se reúna en grupos e interactúen entre ellos sin perder atención en los medios, inclusive, se promueve dicha interacción. Los ejemplos son los partidos deportivos televisados, los programas de concursos o las telenovelas. Evidentemente considera aquí a la televisión como un medio frío, así como al teléfono debido a que ofrece información de baja definición –sólo se escucha la voz y ligeramente el ambiente donde se habla– (McLuhan, 1996: reseña propia).

Hay que ser claros en un punto. El estudio de McLuhan es una reacción a los nuevos medios de comunicación desde una posición tradicional. En el video-documental *This is Marshall McLuhan: The Medium is the Message* (1967), en el que él mismo expone sus ideas, acepta la visión un tanto despectiva con la que observa a estos medios, y la nueva generación de personas que hace uso y gala de ellos. Esto deviene en una valorización hacia los antiguos medios por sobre los nuevos y hace pensar en la relevancia de sus propuestas de análisis.

Por ello es necesario entender y diferenciar los tipos de tecnología que se usa en los distintos medios de comunicación, antes de reflexionar sobre la adaptación a ellos que exigen. McLuhan supuso la actitud de los espectadores partiendo del medio, demostrando su postura epistemológica con argumentos sólidos.

McLuhan une al teléfono y a la televisión como medios fríos debido a su baja definición, es decir poca información por procesar, que exige menos participación. Pero aquí surge una

necesidad de diferenciar a las tecnologías de comunicación. ¿Cuáles pueden ser consideradas como masivas y cuáles no?

Para esto aquí se propone la diferenciación básica de tecnologías extensivas y expansivas. Las extensivas son tecnologías que permiten la comunicación personal a través del tiempo y espacio y las expansivas son las de los medios masivos de comunicación.

La tecnología extensiva permite la comunicación personal entre no presentes bilateralmente rompiendo con los obstáculos espaciales y temporales. El telégrafo primero y ahora el teléfono fijo o móvil son de tecnología extensiva de la comunicación. Posteriormente los mensajes de textos de los celulares, los e-mails o los mensajes de Whatsapp, cumplen con esta categorización.

La tecnología expansiva permite la comunicación entre no presentes, también rompiendo con los mismos obstáculos, pero lo hace de forma unilateral y con un receptor masivo, es decir mayor audiencia. La respuesta a estos medios es limitada. La televisión es una tecnología expansiva de comunicación.

El Internet podría ser el área en donde se permiten ambos tipos de tecnología, y esto habla de su complejidad como tecnología. Un ejemplo directo de esta situación son las redes sociales que han crecido exponencialmente en su uso. Facebook permite la comunicación extensiva por medio de los mensajes privados, los in-box; mientras que permite también una comunicación expansiva, hasta cierto punto masiva, esto en las publicaciones en el muro, que no tienen un destinatario específico –a pesar del manejo de ciertas indirectas comúnmente usadas– y son hechas con el fin de que todos los *amigos* y *amigos de amigos*, dependiendo de la configuración de privacidad, vean ese mensaje escrito, imagen o video. La tecnología expansiva en redes sociales se ve más directo en Twitter, que funciona masivamente en las personalidades y en gobiernos de Estados. Inclusive los medios convencionales de periódicos y cadenas televisivas usan portales en línea y hacen constantes referencias a las redes sociales de los presidentes o gobernadores.

Finalmente, correlacionando lo que ya se dijo sobre este sistema particular –la yuxtaposición operativa entre el código y la tecnología expansiva– significa que el código no es suficiente para completar operativamente todos los procesos del sistema, esto significa que aún la paradoja del código es muy general y aunque devela el sentido operativo del sistema no dice lo suficiente sobre su funcionamiento. Para esto hay divisiones posteriores de lo que se puede informar por este sistema. Las siguientes conceptualizaciones en jerarquía son los temas y los campos programáticos.

5.4.4 Temas y funciones.

Para detallar el proceso de selección de información que los mass media hacen, Luhmann utiliza el concepto de *temas*. Este término no es exclusivo de este sistema social en particular: “los temas son un requisito ineludible de la comunicación: representan la heterorreferencia de la comunicación. Los temas organizan la memoria de la comunicación; anudan las aportaciones en ciertos contextos complejos, de forma que la comunicación habitual se hace reconocible si un tema debe permanecer, proseguir o cambiar” (Luhmann, 2000: 17).

Para *permanecer, proseguir o cambiar* los temas propuestos desde el sistema de los *mass media* se tiene “la necesidad de recursividad pública...es la condición previa de que algo llegue a ser conocido, de que surja la necesidad de más información” (Luhmann, 2000: 18). Así los temas permiten facilitar el proceso de reproducción de comunicación:

Los temas sirven, pues, para efectuar el acoplamiento estructural de los medios de masas con otros campos de la sociedad. Los temas, por razón de su elasticidad y diversificación, pueden alcanzar a toda la sociedad a través de los medios de masas, mientras que los sistemas, situados en el entorno interno de la sociedad (política, ciencia, derecho), tienen dificultad para presentar sus temas a los *mass media* y, así alcanzar una recepción adecuada. El éxito social de los medios para las masas se basa en que imponen la aceptación de los temas. Esto es totalmente independiente de que se tome partido positivo o negativo sobre la información, sobre las propuestas de sentido, o sobre valores ya conocidos. Frecuentemente el interés por el tema surge precisamente a partir de que ambas posiciones son posibles. (Luhmann, 2000: 18-19)

La comunicación en toda la sociedad necesita de la conceptualización de temas para su operatividad. Los diferentes sistemas, siguiendo a su código fundacional, hacen el intento por preponderar sus temas hacia el resto de la sociedad, pero los mass media logran mayor difusión, ya que son “autónomos en el control de su propia selectividad: entre más fuerte es este peso de su selectividad, más grande es su valor de concentrar la atención” (Luhmann, 2000: 37). El código de los mass media permite precisamente la comunicabilidad de los temas, como ya se dijo imponen la aceptación de los temas, y son capaces de tematizar todo en su propia comunicación, “no hay nada que según su propia esencia no pueda ser tratado por los medios de masas (lo que no niega que pueda haber determinadas prohibiciones jurídicas o convenciones políticas que determinen algo que no debe ser publicado)”. Este proceso es nombrado por Luhmann como la “relación de complementariedad entre *universalismo y especificación*”. Significa que la propia función específica de los mass media alcanza universalidad (Luhmann, 2000: 37).

La diferenciación de “*temas y funciones*” es distinción que “concuera con la distinción heterorreferencia/autorreferencia. Con ella, el observador adquiere libertad para escoger los temas y, sobre todo, para dejar fuera información” (Luhmann, 2000: 19). Como ya se citó, los temas son una heterorreferencia de los *mass media*, un tratamiento sobre el entorno, mientras que las funciones son observaciones sobre las propias operaciones del sistema. Luhmann habla que se puede comunicar informaciones falsas si es que se prima la función del sensacionalismo. Por otro lado, también se puede proponer un tema pensando en una función del sistema, es decir, informaciones no falsas pero que carecen de importancia sin embargo siguen la moda imperante. “El sistema, siempre hará referencia a un estado de información propio, a lo que él considera novedad y sorpresa, para conferirles un valor de información” (Luhmann, 2000: 20). Concretamente “el sistema, pues, puede asumir tales criterios únicamente en la medida en que los pueda convertir en temas de comunicación propios de los medios de masa. Entonces, la pregunta más urgente toma una dirección social: “¿qué tipo de sociedad es ésta que describe de esta manera al mundo y a sí misma?” (Luhmann, 2000: 21)

El funcionamiento de los mass media, tanto en lo que se ha presentado hasta aquí como en las siguientes descripciones, tiene un problema central en la selectividad. Ya que “cada selección descontextualiza y condensa determinadas identidades, que por sí mismas no tienen nada de «idéntico» (de sustancial) y que *sólo* pueden ser identificadas con referencia al contexto de la repetición, del uso recursivo” (Luhmann, 2000: 56). El análisis de este proceso de selección se complejiza en los siguientes apartados y sus derivaciones se reflexionan en el caso concreto del cine en el siguiente capítulo ya que toda selección “y esto es válido tanto para la comunicación ordinaria como para la altamente seleccionada de los medios de comunicación de masas” tienen un contexto de *condensación, confirmación, generalización y esquematización* a la base (Luhmann, 2000: 56). Se puede observar teóricamente como una operación abstracta de toda selección e igualmente base de la teoría de la diferenciación epistemológica.

Finalmente hay que proseguir teniendo en cuenta que sólo los mass media “confieren sentido a los sucesos” es decir “condensaciones de sentido, temas, objetos.” Pero que sólo está dirigido hacia sí mismos sin esperar que el entorno los confirme (Luhmann, 2000: 57). Esto es específicamente importante para el cine, ya que es el proceso de otorgar sentido a sus observaciones de forma narrativa.

5.5 Campos programáticos.

El tema que se ha postergado hasta ahora es describir cómo es el proceso detallado y concreto con el cual los mass media eligen qué informar y qué no. Se han presentado atisbos que tratan esta cuestión, como los conceptos anteriores de temas y funciones, pero si el código con el cual se le da sentido a las selecciones del sistema es insuficiente se necesita, consecuentemente continuar con el análisis y la conceptualización. El conjunto de reglas del sistema que “resuelven la paradoja” de lo informable/no informable son los *programas*, también llamados *campos programáticos* (Luhmann, 2000: 27)

Los programas ordenan “lo que es posible esperar como información (o lo que no tiene valor informativo)”. Estos colocan la información en un “campo de selección como el deporte, la astrofísica, la política, el arte moderno, los accidentes, las catástrofes”, y todas

estas selecciones en su pluralidad de programas responden a la “unidad e invariación” del código informable/no informable. Esto significa que toda la información está “preorientada hacia una categorización que cubre el espectro de lo posible y en el que se prefigura el campo de elección de lo que puede acontecer como comunicación.” (Luhmann, 2000: 27) Las expectativas –concepto fundamental y compartido para entender a la sociedad desde varias propuestas de teoría social– se desenvuelven en estos campos programáticos que organizan las diferentes comunicaciones esperadas de los mass media. Los programas entonces son “instancias de procesamiento y reprocesamiento de información” (Luhmann, 2000: 39).

Niklas Luhmann categoriza tres campos programáticos, advirtiendo que no es una tipología cerrada. Estos son *las noticias y los reportajes, la publicidad y el entretenimiento*. A pesar de sus claras diferencias, todos ellos responden al mismo código, a la tecnología expansiva, a los temas y funciones de los mass media; aunque en distintas versiones. La razón de diferenciarlos es “sus criterios con los que seleccionan la información”, estos “se diferencian lo suficiente como para llevar a cabo la estructura interna más importante” de los mass media (Luhmann, 2000: 38). Es por ello por lo que se denominan *campos programáticos* y no subsistemas.

A continuación, se hará la exposición breve de los campos programáticos de noticias y reportajes y de publicidad pensando en las similitudes con el entretenimiento, debido a que en este último se encuentra el objeto de estudio de esta tesis, y a que como se observa en los medios de comunicación masiva muchas veces operan en forma simultánea.

5.5.1 Noticias y reportajes.

Las noticias y reportajes “difunden ignorancia”. Evidentemente no hacen explícita esta función y en su lugar operan “bajo la forma de hechos que deben ser permanentemente renovados.” (Luhmann, 2000: 39).

Las características de este campo son: no se comunica continuidad, sino lo “sobresaliente” (Luhmann, 2000: 39). Para que se siga interesado en la información se *dramatiza* como acontecimiento para “redimirlos del tiempo”, así el transcurso del tiempo se hace más rápido ya que el “modo social de la observación de los acontecimientos” se empezó a emparejar con

“el tiempo de los acontecimientos mismos” (Luhmann, 2000: 41). Aún mayor rapidez con las herramientas del Internet y su propagación de información instantánea. Entonces la información aquí debe ser sorpresiva pero entendible como parte de la comunicación, ya que las noticias “producen y reproducen las inseguridades acerca del futuro –contra toda percepción de continuidad del mundo conocido (Luhmann, 2000: 43).

El asunto sobre la verdad de las noticias es un eje fundamental para los otros campos programáticos, tomando en cuenta que ya se discutió aquí el fundamento epistemológico para poder hablar de la construcción de realidad que hace este sistema.

La expectativa que se tienen de las noticias y reportajes es que “las informaciones que se ofrecen... son verdades, que concuerdan con una supuesta realidad”. Aunque pueda haber error o informaciones falsas “lo importante es que no se tome esto como el caso típico o normal” (Luhmann, 2000: 41). La profesión de periodismo sirve a la sociedad con verdades ya que “las falsedades presuponen intereses particulares que no se pueden generalizar.” Sin embargo, hay una importante distinción en este sistema ya que la presunción de verdad interesa bajo “límites muy restringidos”. Esta distinción se ve claramente si se compara con la ciencia ya que su código es diferente a este de los mass media.

Conocer todos los detalles y magnitudes de cualquier situación no es posible en “correspondencia punto-por-punto entre información y hecho, entre realidad operativa y realidad representada (Luhmann, 2000: 42). Aquí se hace más expresa la duplicación de la realidad y así como Jean Baudrillard señala en *Cultura y simulacro* haciendo uso del cuento de Borges, *Del rigor de la ciencia* -que trata sobre la cartografía china-, no se puede representar a la realidad, ella termina siendo “el propio desierto de lo real” (Baudrillard, 2008: 10), para él los simulacros no se puede diferenciar de lo verdadero, incluso se han impuesto. Entonces, toda noticia comunicada será falsa, pero tomada como realidad.

A contraposición, las ideas de Noam Chomsky sobre las noticias; expresadas en *Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media* (traducido como *Los guardianes de la libertad*), donde relata cómo el proceso operativo de los mass media sí busca manipular. Sin embargo, en Luhmann, aunque parece omitir la manipulación, la

falsificación y el error de la información, no niega estos casos, pero no los considera eje principal de las noticias sino sucesos que deben señalarse. Este debate lo continua más adelante.

Para Luhmann, las noticias -en su proceso complejo de elección de información- usan selectores para cumplir con el código del sistema. Los selectores se relacionan estrechamente con los temas. Estos son un total de nueve selectores y el décimo que los refuerza y complementa. Aunque Luhmann no los presenta con una definición concreta, aquí se hace el ejercicio de condensación para su presentación breve.

1. *Novedad*. La información debe romper con las expectativas de continuidad o especificar sobre el campo de posibilidades. Se convierte en una *producción en serie de novedades*.

2. *Conflictos*. La información sobre los conflictos, los participantes, los ganadores, los perdedores, el contexto y todo lo consecuente produce tensión emocionante y un trabajo de adivinación por las noticias.

3. *Cantidades*. El hecho es que se considera a las cantidades como siempre informativas. Ya sean pequeñas o grandes no son tan *inocentes* como se piensa, aun dependiendo de la referencia, debe de pensarse en sus repercusiones para la información.

4. *Lejanía-importancia*. Para lidiar con las múltiples *referencias locales* que puede tener la información masiva, se necesita compensar la lejanía con el *peso* de la información, esto es, la rareza, y lo esotérico. Tiene la consecuencia de presentarlo como algo que *no sucedería entre nosotros*. Lo que Luhmann no subraya, pero se alcanza a dilucidar es la configuración de identidad.

5. *Contravención de las normas*. Aquí se incluyen las faltas contra la moral, contra la *political correctness*. Se muestra el escándalo, lo insólito. Aquí se guarda relación con el sector del entretenimiento. Se hace uso de repeticiones debido a la *sobrevaloración* de la *corrupción moral de la sociedad*.

6. *Conservación y reproducción de las normas.* Acompaña al selector anterior siendo su opuesto. Se hace hincapié en su incapacidad para fijar los valores por sí mismos y aunque no sean tan evidentes las noticias que muestran la conservación de la moral es un selector para mostrar información relevante.

7. *Volver accesible el proceso de atribución de la acción de contravención.* Este es un selector complejo que en resumidas cuentas señala la causa de la contravención de las normas no sólo a los individuos sino al contexto, sin ser demasiado complejo ya que pasaría a ser un reportaje. Tampoco las acciones ni los actores pueden ser tomados como hechos empíricos ya que no se puede confiar en las *autopresentaciones ni en la proclamación de las motivaciones personales.* Aquí los mass media traen hacia un campo visible el futuro desconocido

8. *Actualidad y Recursividad.* La primera es sobre los incidentes recién ocurridos y necesitan de la segunda para presentar informaciones subsecuentes. Esto permite la continuidad de la innovación.

9. *Exteriorización de opiniones (caso especial).* En este caso los pensamientos individuales pueden ser considerados como noticia. Así los mass media se *toman a sí mismos como espejo y esto se considera un acontecimiento.* Expertos o no, los consultados producen cambios en la opinión pública. *Los acontecimientos reales y el desarrollo de opiniones al respecto se entrecruzan permanentemente y forman, para el público, una masa fluida de comunicación en la que pueden distinguirse los temas, pero no el origen de la información.*

Finalmente, para las noticias, las *Organizaciones* -consideradas como selector- sirven para que todos los anteriores se refuercen y complementen. Ellas se ocupan de seleccionar la información y desarrollan rutinas para ello.

Los reportajes por otro lado son informaciones sobre el contexto de las novedades, tienen la pretensión de verdad, se presentan como hechos consumados y no dependen de los acontecimientos diarios.

5.5.1.1 Sospecha de manipulación.

Como en todos los sistemas autopoiéticos, los procesos internos se encuentran clausurados operativamente. Son exclusivamente propiedad de ellos mismos y su funcionamiento es un misterio para los otros sistemas ya que de entrada no comparten el mismo código y sus observaciones se rigen por otro sentido. En el caso de los mass media esos procesos son el código especializado -que efectúa la selección de información en el sistema-, los campos programáticos, los temas, sus funciones, su autoorganización de los altos grados de comunicación expresados en organizaciones que cumplen exigencias y aceptaciones con los selectores y rutinas; en resumen, todas las características subsecuentes en el interior del sistema. Dentro de este sentido, la conjunción de la clausura operativa y el código de los mass media de comunicar a la sociedad una selección de información con expectativa de verdad, surge “la pregunta por dicha selección” y así se desarrolla “dentro del sistema la sospecha acerca de los motivos” (Luhmann, 2000: 59).

Históricamente la pregunta sobre la manipulación se rastrea hasta la complicada aparición del signo. Desde entonces se ha cuestionado el trasfondo que oculta el signo y se pone en duda la verdadera transparencia de su proceso de simbolizar. Las respuestas del tiempo moderno que Luhmann encuentra sobre este tema son la de la teoría del arte y de la teoría política, esta última entendida “en el sentido antiguo, de comportamiento público por antonomasia.”. En la teoría del arte “sólo lo nuevo, lo sorprendente, lo artificial gusta”, es decir, se inclina por el signo mientras que “lo otro simplemente es como es”, *lo otro* entendido como lo que no es el signo, el significado. Para la teoría política la importancia radica en el acto de comunicar y así se observa “que siempre participan intereses”, así se lleva a la “distinción entre motivos manifiestos y motivos latentes de la comunicación”. Para Baltasar Gracián, con su teoría general de la comunicación social, la comunicación es la “producción de la apariencia bella, con la que los individuos se esconden de los demás y finalmente de sí mismos” (Luhmann, 2000: 59). Este problema se resuelve con la diferenciación de los diferentes tipos de sentido, que forman sistemas complejos a partir de esa distinción. En el proceso de comunicación (*information, mitteilung, verstehen*) la cuestión de por qué se elige cierta información y no otra, queda remitida al observador o al sistema desde el cuál se hace

alguna observación. Pero ¿qué ocurre cuando un sistema diferenciado de la sociedad tiene el código de la selección de información?

Consecuentemente con las respuestas de la teoría política al problema de la comunicación, se llega a “la sospecha de los motivos de fondo, a la sospecha política en sentido amplio: los medios de masas manipulan la opinión pública, persiguen un interés no comunicativo” (Luhmann, 2000: 60). La información es selección, y al comunicarlo se pregunta *¿por qué?*, *¿para qué?* La comunicación en los mass media no revela los intereses de la selección de informable/no informable. Es precisamente este código lo que hace preguntar *¿informable para quién?* *¿Qué intereses se encuentran de fondo?*

Puede que sea cierto lo que escriben o lo que emiten [los mass media], pero no está claro el *¿para qué?* Puede ser que los medios de comunicación de masas sean los que construyen la forma en que se obtiene el éxito social, o los que determinan las opciones ideológicas, o los que garantizan el *estatus quo* de la sociedad (y esto aun cuando tienen una inclinación casi adictiva a las novedades) o, en último término, lo que tienden a su propio éxito económico. Los medios de masa construyen su propia credibilidad, pero al mismo tiempo cavan su propia tumba, puesto que se deconstruyen a sí mismos con la reproducción de su propia operación: con la permanente contradicción de sus componentes textuales, constataivos y performativos. [Posteriormente] con la introducción de la digitalización crecerán las posibilidades de manipulación de la imagen. (Luhmann, 2000: 60).

Los selectores, operaciones desde el código, detallan cómo se elige la información y así resuelven la incompleta paradoja de lo informable/no informable. Pero la fisura que hace preguntar sobre la manipulación se encuentra en el décimo selector de información: las organizaciones y sus rutinas que seleccionan información. Esas operaciones de las organizaciones aún se encuentran ocultas y son el principal objetivo de las críticas sobre la manipulación de los mass media en la sociedad. Si es que ellas deciden qué es novedad, qué es conflicto, cuáles son las cantidades relevantes, qué importancia tienen los eventos lejanos, cuál moral es relevante para mostrar sus contravenciones y cuáles normas son informables como acontecimientos, entonces el poder de estas organizaciones en la sociedad es innegable

en calidad de su comunicación masiva, de configurar cada aspecto de la visión que la mayoría de los espectadores tiene sobre el mundo.

La respuesta de Niklas Luhmann a la cuestión de las posibilidades de manipulación y la correspondiente sospecha de manipulación es comprender a esta problemática como algo *interno* al sistema de los medios de comunicación masiva (Luhmann, 2000: 61).

En cuanto los *lectores o espectadores* entienden este tipo de comunicación toman parte *en* el sistema, y toda la comunicación posterior surge *en* el sistema. No hay efectos analizables del sistema en el entorno, ya que esta teoría considera que los “efectos que se producen en el entorno son diversos e incalculables.” Por lo tanto, la cuestión importante es “cómo el sistema de los medios de comunicación de masas reacciona ante la aporía que se reproduce permanentemente del informar bajo sospecha insuperable de manipulación” (Luhmann, 2000: 61).

En esta sospecha de manipulación el valor del código información/no información encuentra su unidad. Su diferencia será subsumida en una forma que no puede convertirse en información. En el *feedback* de la unidad codificada en el sistema, el sistema encuentra sus operaciones, pero nunca se encuentra sí mismo. El sistema tiene que vivir con la sospecha de que manipula, porque de esta manera desarrolla su propia paradoja de unidad y diferencia entre información y no-información. De este modo, el sistema se vuelve sistema. Ningún sistema autopoietico se puede subsumir totalmente a sí mismo. Y esto tiene que ver también con el problema del código del sistema. A la sospecha de falsedad, el sistema reacciona con su modo cotidiano de operar; a la sospecha de que manipula, el sistema no puede reaccionar. (Luhmann, 2000: 62).

Entonces la sospecha de manipulación puede encontrarse tanto en el lado negativo del código, en el vacío amenazante que termina con el proceso comunicativo; pero también es la sospecha de todas las operaciones subsecuentes del código, los programas, los selectores y todas las decisiones. Como lo dijo José M. García Blanco en su artículo *La construcción de la realidad y la realidad de su construcción*, la sospecha de manipulación detiene la ilusión del público de estar realizando una observación de primer orden (García Blanco, 2003: 169).

Hay muchas implicaciones consecuentes a la sospecha de manipulación que no son tratadas por Luhmann. Estas disposiciones son de gran importancia para analizar el cómo se analizan los mass media y el cómo funcionan.

Primero, pensar desde la teoría de sistemas a la manipulación como una intromisión de otros sistemas al funcionamiento de los mass media es negar a éstos como un sistema autopoietico diferenciado y clausurado operativamente. Usar una visión de penetración sistémica es aceptar que los intereses de otros sistemas, intereses externos a los mass media, trastocan sus operaciones y colapsan el sistema de los medios de comunicación de masas como autónomo e independiente. El riesgo que es resultado de esta reflexión no debe evitarse ya que determinaría si la teoría de Luhmann se equivocó en el análisis de este fenómeno moderno.

La reflexión puede usar el análisis contrafactual, y como hipótesis, si se da por hecho que todo el sistema de los medios masivos de comunicación manipula, entonces no existiría código del mismo, ya que éste es la paradoja de una unidad de la diferencia que detona las elecciones independientes a otros intereses y le da consistencia al sistema. Si existe manipulación significa que las operaciones de elección de información dependen de otro sistema diferenciado de la sociedad. Como ya se vio en el apartado teórico, la penetración de un sistema en otros sólo tiene consecuencias catastróficas. En una sociedad donde hay una manipulación absoluta de los mass media, éstos ya no son entendidos como tal, son, ahora sí, extensiones de otros sistemas. No significa que sea imposible, sólo que cuando pase el sistema diferenciado se disolvería y otro sistema intentaría cumplir sus funciones. Como los gobiernos autoritarios y la propaganda política claramente identificada. En el caso del cine se vuelven meras herramientas de propaganda, inclusive usadas en la religión.

El lado negativo del código de los sistemas, hablando de manera abstracta, significa aceptar que lo catalogado de ese lado de la diferencia es algo que no compete al sistema desde el que se habla. Así la sospecha de manipulación es subsumida desde el sistema del mass media como el lado negativo de su código, como no-informable. El sistema no se puede encontrar a sí mismo más que sólo sus operaciones -así como el ojo no se puede ver a sí

mismo pero se sabe que está observando-. ¿Cómo el sistema podría saber si su proceso es o no manipulado? Los mass media no pueden verse como un todo, pero tampoco se pueden tomar a sí mismos como verdades absolutas. Como se dice en la película Ghost in the Shell de 1995, “Nadie ha visto nunca su propio cerebro”.

Ante la sospecha de manipulación se puede pensar que son los intereses de organizaciones concretas las que seleccionan la información, las que dictan lo que es valor y lo que es fútil, la importancia y lo desvalorizado. Pero estas organizaciones también responden a la forma de comunicar del sistema, por ellas mismas no pueden imponerse al sistema. Ninguna organización de los mass media, ninguna persona puede considerar su opinión como total, como abarcadora y controladora de todo el sistema, siempre habrá otras organizaciones o personas que contengan la forma de comunicarse propia del sistema. Televisa no puede imponerse por sobre los demás por más que lo intente, ahora menos que antes. La actual diversidad de distintas fuentes para obtener la información diluye la idea de una total manipulación de los mass media como un absoluto.

La manipulación que entonces respondería a otros intereses, a otros sentidos, no lo hace al proceso propio de selección de información de los mass media; resulta la pregunta de si este proceso de selección de información es manipulación de la información *per se*, ya que la manipulación comparte la característica de reducción de información

Preguntar si es inherente la manipulación a los mass media, ya sea de ellos mismos o por externos, es preguntar por el *ser* de los mass media y por su uso como extensión de otros sistemas. Entonces hay que recordar los postulados teóricos de pensar en la diferencia y en la autonomía de los sistemas. Si hay una distinción entre información manipulada e información inmaculada, tanto en su contenido como en su proceso de selección, sigue permaneciendo una capacidad de elección; la información comunicada ya es información manipulada en cuanto selección. Sin embargo, las restricciones de lo no mostrable no deben regirse por intereses políticos, sino por el sentido de los medios de comunicación masiva.

Tampoco hay que entender al sistema como un ente todopoderoso que impone su juicio y sus acciones hacia las organizaciones e individuos. El sistema es una categorización de

comunicaciones, esto significa que, en última instancia, el sistema lo efectuamos nosotros, entrando en esa codificación de comunicación.

Para significar esto podríamos tomar análisis breve sobre una la situación pasada: la viralización del uso de la bandera francesa en la fotografía de perfil en FB, como símbolo de la preponderancia del tema de los atentados a las discotecas en París en noviembre del 2015. La crítica señalaba la razón del resaltar esta información en los mass media y en los social media por sobre otras muchas noticias de masacres continuas en países marginales no europeos. La referencia más importante aquí sería preguntar por qué los mismos mexicanos y las mexicanas que utilizaron este símbolo de solidaridad con un país lejano no dirigían su mirada con la misma importancia ante asuntos domésticos nacionales. ¿Era manipulación, era complicidad, era ignorancia? Los mass media pusieron el tema y los mismos mass media, y los social mass media, recursivamente aceptaron este tema.

Otro ejemplo es el asunto de Emma Watson como líder de opinión de la vanguardia feminista. Nacida como tema de los mass media y no de la posición política o intelectual, se pregunta por qué se usa a una actriz de buena apariencia y con la popularidad ganada con la saga de películas de donde ella emergió, por sobre otras personalidades con carrera en los tópicos de equidad de género. La generación de niños y adolescentes que ya ha crecido a una mayoría de edad es la que consume la información sobre ella desde la primera entrega de las películas fantásticas. Las organizaciones de los mass media proponen y se retroalimentan de la aceptación del tema. Las organizaciones de sistemas de política observan la información y la nombra embajadora de buena voluntad de la ONU Mujeres. Su presentación es en primera estancia mediática. Esto no significa una desvalorización, sino que responde al sentido de los mass media en todos sus selectores.

El consumo de la información, su aceptación y reproducción de los temas, le da circularidad al sistema y hace que preponderen los mismos temas y las opiniones estandarizadas, una espiral del silencio como decía Noelle-Neumann. En resumen, en los mass media la importancia de los temas es un flujo de producción y consumo, ahora en

términos de Deleuze y Guattari en *Anti-Edipo*, la producción es una inmediata producción de consumo.

Sin embargo, una anotación importante a esta esquematización, para hacer un uso estricto y riguroso del habla, en el caso particular de los mass media el concepto metafórico de *consumo* no puede usarse en un estudio científico ya que no devela todo el proceso de elección y comunicación de información. Anteriormente en esta tesis, en el capítulo *Contraculturas y La Escuela de Birmingham*, se mencionó la conceptualización de Stuart Hall en ella propone, de manera muy similar a los postulados básicos de Luhmann, la conceptualización Codificar/Decodificar en su libro "*Encoding/Decoding*". Así los espectadores no consumen como alimento o como idea los procesos directos de los mass media, sino que decodifican lo que los medios masivos han codificado en su procesamiento de selección de información. Esto también aporta una interpretación sobre la sospecha de manipulación, en el sentido que ya no hay ideas directas traspasadas por los medios electrónicos de un emisor a un receptor, sino un proceso endógeno de los mass media de codificación.

De lo que se trata aquí es de analizar el funcionamiento real observado. No de una propuesta política, es decir, en realidad cómo están operando actualmente los mass media, sin plantearse obstáculos de otros tipos que no sean los propios de la ciencia. Entonces la pregunta sería si los mass media son inherentemente en un funcionamiento manipulación absoluta. Stuart Hall puede complementar el pensamiento de Luhmann. Lo que los media producen por sus operaciones no son productos consumibles si no información codificada que debe ser decodificada por el espectador, aquí es por el mismo sistema. Así, a pesar de que una organización de los mass media tenga intereses definidos, otra puede tener los opuestos y siguiendo el código y su rutina para seleccionar información que puede mostrar inclusive datos sobre la propia corrupción de la primera organización, develando con pruebas y reportajes, su manipulación de información, aun actuando desde las operaciones propias de los media, donde sin embargo no prima la verdad. "La permanente sospecha de manipulación permanece indeterminada mientras no haya pruebas expresas –y esto significa siempre: que sean ofrecidas por los mismos medios de comunicación de masas–." (Luhmann, 2000: 63).

El ejemplo que Luhmann usa para describir la situación de la sospecha de manipulación es el caso de la contienda política para la presidencia de Brasil en 1994. En esta, el gobierno lanzó una política pública ampliamente mediatizada que tenía la sospecha de fines electorales. Al confirmar esta sospecha en la confesión de una entrevista que accidentalmente fue difundida, el público no reaccionó disminuyendo su voto por el partido en el gobierno, que ganó y no por el entonces contendiente Lula da Silva del Partido de los Trabajadores. “Contra toda posición racionalista sobre los efectos de ilustración de la información de la verdad, este caso muestra que no se espera que la verdad haga su aparición en el plano de la comunicación pública, sino que se deja, más bien, para el ámbito de lo privado” (Luhmann, 2000: 65).

Actualmente, relacionado con este ejemplo, se encuentra el concepto que ha adquirido popularidad e importancia en el análisis político: la *posverdad* (posttruth). Elegida como palabra del año por el diccionario de Oxford en 2016, “denota circunstancias en que los hechos objetivos influyen menos en la formación de la opinión pública, que los llamamientos a la emoción y a la creencia personal” (Oxford, 2016). Aunque presente desde las declaraciones de Bush al buscar armas de destrucción masiva después de los atentados del 2001, con la victoria del Brexit y particularmente en la forma en que Donald Trump crea temas de conversación y desvía la atención con sus supuestas afirmaciones (Amón, 2016).

Regresando a Jean Baudrillard, él consideraba que en los media el problema no es la falta de información sino la proliferación de imágenes, ya que en ellos se puede encontrar datos verificables de una postura o de otra. Hay tanta información que en un conflicto presentado por los mass media ambos bandos tienen la razón, y diferentes interpretaciones de un fenómeno son ciertas: existe una página dedicada a desmentir la falacia de que la tierra es redonda e ilustrar a los fanáticos de las instituciones controladas por el gobierno que ocultan la verdad de que la tierra es, en realidad, plana. Si se sigue la confirmación de los datos que se encuentran en los media, no se encontrará la verdad, no hacen al mundo más accesible, pues ellos no se rigen por ello, sólo se encontrará un espejo que refleja a nada más que a otro espejo.

Regresando a los postulados teóricos, aquí extensamente presentados, se dice que los mass media construyen una realidad propia que estrictamente poco tiene que ver con el mundo como un todo. Los mass media no son un ente con capacidad omniabarcadora, y por lo tanto sus observaciones son inherentemente sesgadas por su visión limitada, por más notas, reportajes y contenidos que produzcan. La información de los mass media sólo pueden servir como catalizadores de una investigación profunda buscando en otra dirección –no en los mismos medios de comunicación masiva– pero otra vez, de ellos no es la decisión, sino de nosotros.

5.5.2 Publicidad.

“Después de la verdad, la publicidad” (Luhmann, 2000: 66). De esta manera se define desde el inicio la operatividad de la publicidad. Este campo programático de los medios masivos de comunicación es insoslayable para el análisis de la sociedad contemporánea, actualmente se puede observar la metástasis de la publicidad hacia los otros dos campos y podría decirse hacia la base de los mass media como sistema ya que comparte en gran medida el código en su manera más explícita.

Luhmann publicó este estudio sobre los medios de comunicación de masas en 1996 y como tal no fue testigo del gran avance de la publicidad en muchas áreas de interacción y comunicación de la sociedad. Sin embargo, se puede observar la valorización que tenía sobre los anuncios ya que al indagar sobre las operaciones de la publicidad comienza con la pregunta: “¿Cómo pueden algunos miembros bien situados en la sociedad, ser así de tontos para invertir tanto dinero en la publicidad, sólo para confirmar su fe en la simpleza ajena?... la publicidad funciona, y lo hace bajo la forma de autoorganización de la estupidez” (Luhmann, 2000: 66).

Mientras que el tema sobre la sospecha de manipulación en las noticias es un gran cuestionamiento sobre la funcionalidad del sistema, “en la publicidad adquiere el carácter de verdad. Lo que la publicidad intenta es manipular” (Luhmann, 2000: 66).

Esto se sabe directamente, la publicidad busca vender, “declara abiertamente sus intenciones, pero refina y esconde con frecuencia los medios que utiliza” (Luhmann, 2000:

66-67). Las otras diferencias en este apartado del libro *La realidad de los medios de masa* sobre la publicidad son superficie/profundidad (fondo/trasfondo), redundancia/variedad, creación-de-lo-nuevo/permanencia-de-lo-viejo y, por último, la alta estandarización/alta diferenciación de contenidos. Sobre sus operaciones se encuentran como caracteres definitorios la función del gusto, la apariencia de lo bello con la utilización de signos y su tradición de mercado. A continuación, se verán estas características a detalle.

Primero, lo importante de resaltar es la conceptualización del *signo*. En el apartado anterior ya se discutió sobre las cuestiones históricas e interpretativas del problema de los signos y aquello que ocultan. En este análisis no se intenta develar todas las complejidades que acarrea hablar de semiótica, lo básico es entender que la publicidad opera con esta distinción (signo/significado), los problemas filosóficos y epistemológicos que significa esto para la sociedad aquí se encuentran en segundo plano. Slavoj Žižek ya ha tematizado las implicaciones de la utilización de signos en su documental *The Pervert's Guide to Ideology* (2012), con el ejemplo de los anuncios de Coca-cola, que no venden un refresco sino una idea, un símbolo de placer.

Pensar aquí la diferencia que incluye el signo es simplemente señalar ambos lados de la distinción, un fondo/trasfondo o una superficie/profundidad que independientemente de las interpretaciones filosóficas aquí deben considerarse como un eje analítico para todo el campo programático ya que la publicidad usa esta diferenciación. “Superficie y profundidad... pero aquí profundidad no quiere decir destino, sino sólo la no conectividad de la publicidad... La publicidad se ocupa de la superficie del diseño y con ello remite a una profundidad a la que ella misma no tiene acceso” (Luhmann, 2000: 72).

Entonces para analizar la novedad de la información en la publicidad, se concluye que sirve como *coartada* en lugar de como objetivo. Esto significa que preponderan los *nombres* o *signos ópticos* para seleccionar los productos a comprar, ya que es más fácil presentar signos nuevos, aunque en realidad su trasfondo no sea nuevo. Y es que en este campo no se usan engaños pensados en falsedades, ya que tienen consecuencias jurídicas; aquí hay, para Luhmann, autoengaño de los espectadores. “Al espectador se le sugiere que ejerza su libertad

de decisión, lo que quiere decir, que a partir de sí mismo quiera lo que él realmente no hubiera querido” (Luhmann, 2000: 67). Este es el objetivo de la manipulación publicitaria.

La tendencia dominante en la publicidad es ocultar los motivos “sobreinvadiendo la información”, a través de la forma bella. No se permite respuesta y no necesita ninguna aclaración subsecuente a la iluminación de la publicidad (Luhmann, 2000: 68). Así los anuncios encuentran su refugio en su identidad misma, ante reclamaciones se defienden con *son sólo anuncios*.

La publicidad aprovecha un *uso paradójico del lenguaje*, esto significa una exclusividad de acceso a cualquiera. La forma de expresarse en la publicidad, como la observación de cualquier comercial puede revelar, es un lenguaje fácil y básico pero que crea su misma forma de expresión. Cuando se habla *como* en los comerciales, se entiende, pero nadie habla así en su cotidianidad. Mientras que en este tipo de proceso comunicativo, es decir, en el nuevo expresarse establecido por la publicidad, “se las arregla también para esconder el objeto por el cual se pagará” (Luhmann, 2000: 68).

Inclusive se usa esta *confusión entre fondo/trasfondo* como una técnica para captar la atención de los que no están interesados en la publicidad. Se presentan anuncios ingeniosos con información a medias para motivar la participación en el espectador que se esfuerza por entender el anuncio (Luhmann, 2000: 69). Recientemente en la página YouTube, ante la posibilidad de *saltar* los anuncios, éstos tienen un lapso de cinco segundos para captar la atención de los espectadores que no esperaban encontrarse con un anuncio antes del video que seleccionaron. Condensar el mensaje es una opción mientras que la que aquí se presenta es plantar una duda con información a la mitad para incitar ver todo el anuncio.

Esto revela, desde el punto de vista de la tesis, que para la publicidad –como bien se tiene entendido– su único objetivo es la visibilidad de sí misma, para lograr el efecto de dar a conocer el contenido, indiferente a la elección de medios ya que todos son aceptables. Aquí sigue preponderando la distinción informable/no informable por encima de la verdad o de lo estético, el punto es que se vea.

Prosiguiendo en este análisis, el contenido de la publicidad resulta incidental, al igual que las organizaciones de publicidad pueden hacer que cualquier contenido sea *promocionable*. Diversos ejemplos hay sobre esta situación, por nombrar uno es el documental checo *Ceský sen* (El sueño checo) del 2004. En él se narra cómo un par de estudiantes de cine de la academia checa contratan a varias empresas publicitarias para dar a conocer un hiper-centro comercial que no existe, criticando la forma en que se hace *publicidad* de los referendos políticos sobre la unión europea en su país. Cualquier idea, exista o no, es promocionable.

El debate se hace más aguerido en esta relación entre publicidad y sistemas externos a los mass media. Sobre este caso, Luhmann, escribe que su análisis “sólo es válido para aquella publicidad que se reconoce como tal y no para aquella que no se admite como publicidad. Para el segundo caso, se juega con la distinción consciente/inconsciente” (Luhmann, 2000: 69). La similitud en las operaciones ya sea publicidad comercial de los medios masivos de comunicación o propaganda política, es el punto que recalca a la publicidad no como claridad sino como opacidad que puede ocultar publicidad en todas las formas de comunicar existente y cuestiona la transparencia de las intenciones y operaciones de este campo programático. Esta cuestión comparte argumentos consecuentes con la manipulación de las noticias de los mass media, se reflexionará más adelante como la difuminación de las fronteras entre los campos programáticos, específicamente en la publicidad y el cine, y las relaciones, pensadas como hipótesis de acoplamientos estructurales, con los demás sistemas diferenciados de la sociedad; como lo puede ser el descarado *product placement* en las películas franquicia *Transformers* de Michael Bay, la serie de *007* o las más sutiles pero aún comerciales apariciones de productos en *The Matrix*, *Náufrago*, *Top Gun*, *E.T: extraterrestrial*, *Forrest Gump* o *Back to the Future*.

Otra función social, aquí comunicativa, de la publicidad que se ha encontrado en el análisis sociológico es “dotar de gusto a la gente que no lo tiene” como una “función substitutiva” en su correlación con los precios del mercado. Aquí Luhmann hace la cita directa de los estudios de Pierre Bourdieu sobre el gusto (Luhmann, 2000: 70). Esto permite la directa consecuencia de la moda, “que lleva a efecto en el nivel de la utilización de signos... mera apariencia de

lo bello” (Luhmann, 2000: 71). Y se recordará la relación con el libro *El sentido social del gusto* del sociólogo francés.

El proceso derivado de la comunicación del gusto a través de la publicidad como campo de los medios de comunicación masivos es la moda. Se resuelve el problema de la publicidad: “estar permanentemente creando algo nuevo y permanecer fiel a su tradición de mercado”. Así, se llega a la última diferenciación de este programa, la “combinación de alta estandarización con, al mismo tiempo, altas diferenciaciones de la superficie –una especie del mejor de los mundos con todo el orden necesario y con toda la libertad posible. La publicidad hace familiar ese orden y lo implanta.” (Luhmann, 2000: 74).

Así para Niklas Luhmann, debido al mismo mercado y a la publicidad es posible encontrar objetos de culto que para su identificación se presentan como una diferencia obligada: “se diferencian del capitalismo, concepto introducido de manera político-ideológica... Los objetos de culto deben ser escenificados para un tiempo corto, porque así son más efectivos” lo que en última instancia significa una «escenificación» de la diferencia a la moda misma (Luhmann, 2000: 73). *Rebelarse vende* es un libro que trata este tema no sólo en objetos sino en posiciones políticas y estilos de vida que igualmente tienen su objetivo en diferenciarse del capitalismo más que presentar una alternativa política. Publicado en el 2004, por Joseph Heath y Andrew Potter, es una amplia discusión de cómo la publicidad resalta el negocio que es la teoría misma de la contracultura, cuando el proceso es la alta diferenciación de la alta estandarización y no una solución a los problemas civilizatorios.

En la sociedad, desde el análisis de Luhmann, han incrementado las inversiones en publicidad a comparación de lo que se invierte en consumo. “Las formas con las que se hace publicidad se les concederán cada vez más libertades, mientras muestren ser idóneas para movilizar la atención y mientras funcionen como comunicación”, con ello se muestra justamente “la relación entre economía y publicidad [como un] acoplamiento estructural” (Luhmann, 2000: 74). Pero lo más importante sería analizar esta forma idónea de movilizar la atención para los demás sistemas sociales o para el sistema mismos de los mass media que intenta siempre operar en el código de informar.

Finalmente, el éxito de la publicidad no es sólo económico o de venta, “el sistema encuentra en la publicidad su *propia función* y ésta consiste en *estabilizar la relación entre redundancia y variedad en la cultura cotidiana*. La redundancia se produce en la medida en que algo se vende bien, *it sells well*; la variedad, en que cada quien distinga productos en el mercado” (Luhmann, 2000: 74).

5.5.3 Entretenimiento.

Este campo programático es el que interesa más en esta tesis debido a que el cine se ubicaría aquí. Para Niklas Luhmann el entretenimiento es totalmente distinto a los otros dos programas del sistema de los medios de comunicación masiva. Para su estudio este autor alemán se enfoca únicamente en las preguntas que “preparan el tratamiento teórico”. Lo que excluye de su análisis son las cuestiones sobre la esencia o la capacidad de entretener del entretenimiento, ni por su cualidad específica, ni por las diferencias que introduce en el nivel de las expectativas, tampoco la característica por la que alguien necesita del entretenimiento y cuando le hace falta (Luhmann, 2000: 75).

La primera característica de importancia es que el entretenimiento “es un componente moderno de la cultura del tiempo libre”. Esta aproximación inicial debe pensarse en el “problema de la construcción de la realidad y en la pregunta de cómo produce efectos la codificación información/no información en este campo del entretenimiento” (Luhmann, 2000: 75).

El modelo general del juego es lo que más se utiliza para orientar el estudio de este campo programático. “El juego es también una especie de duplicación de la realidad, en donde la realidad se toma como juego respecto de la realidad normal, sin que necesariamente se tenga que negar la realidad.” Esto significa que para permitir la duplicación se necesita condicionar el espacio y tiempo, así uno está únicamente entretenido sin pensar o *dar oportunidad* a otras cosas. Para Luhmann esto no requiere que, mientras se está sumergido en el juego, no exista la realidad real, que sólo tenga lugar antes o después, sino que existen simultáneamente; el juego se remite siempre a la realidad que crea y a la realidad real. Ante esta delgada línea que separa a ambos, se exige para su continuación una “permanente vigilancia de los límites”

(Luhmann, 2000: 76). La vida se convierte así en un juego en el que nosotros mismos ponemos las reglas y nos atenemos a ellas. Sean tomadas como diversión o con seriedad las prestaciones entre ellas tienen un constante cruce de límites.

Entonces, esta metáfora de entender al entretenimiento como un juego de otro tipo es solamente un paso intermedio para el desarrollo de una teoría general. (Luhmann, 2000: 76). En la teoría general del juego, el juego social es un caso especial. Si el estudio del entretenimiento se orienta por este modelo hay que especificar que aquí no se implica un jugador con reglas previamente establecidas, no hay una entrada institucional o un gran ritual por los cuales se deba pasar para hacer explícito que se está entrando en un juego. En lugar de ello, para constituir la segunda realidad, se inicia con “una marca acústica u óptica: como libro, como pantalla” o como un tono musical (Luhmann, 2000: 77). Los movimientos entre ambas realidades se dan continuamente y casi desapercibidos.

El juego social es una “secuencia social de comportamientos coordinados” (Luhmann, 2000: 77). Mientras que el entretenimiento se describe como una creación en el que surge un “mundo libre en el cual se inserta la propia realidad ficticia” (Luhmann, 2000: 77).

Pese a esta diferencia, el entretenimiento “presupone que el espectador, de manera distinta a con la propia vida, puede observar un principio y un fin”, al igual que el juego. “El entretenimiento hace surgir objetos reales autoproducidos; por así decir: objetos duplicados que posibilitan el cruce de las fronteras entre realidad real y realidad ficticia.” Así el entretenimiento no puede ser catalogado como irreal, en el sentido de nada existente. Para Luhmann, esos objetos autoproducidos pueden ser textos o filmes. (Luhmann, 2000: 77). El lado interno de estos objetos es el mundo imaginado, este que no requiere reglas porque no coordina el comportamiento social del espectador. En su lugar, requiere *información*. (Luhmann, 2000: 78). De esta forma el entretenimiento se puede desarrollar como campo programático de los medios de comunicación de masas.

Una anotación importante para al análisis de este campo es saber que no todo aquí tiene que ser ficticio. Las narraciones cruzan las fronteras entre ambas realidades y en las dos direcciones. Lo que se exige del lector/espectador es construir su memoria con relación a lo

narrado y capacidad adiestrada de distinción. Para esto necesita que se le ofrezcan textos, imágenes o sonidos lo suficientemente detallados, “importancia ya señalada por Diderot en *Éloge de Richardson*” (Luhmann, 2000: 78). Por lo tanto, en el cine, el espectador es un co-creador de la narrativa que sigue la guía del director; sobre esto la importancia del conocido Efecto Kulechov en la cinematografía.

La pregunta de investigación de Luhmann, con estas condiciones teóricas, es indagar en cómo con informaciones se delimita la realidad especial del entretenimiento en los medios de comunicación masiva (Luhmann, 2000: 78).

Entender el problema de esta manera, *i.e.* informaciones en lugar de reglas, presupone «sujetos»: “identidades ficticias que producen la unidad de la historia contada y que al mismo tiempo posibilitan dar el salto a la identidad (siempre construida) personal del espectador.” Para esto debe presuponer a su vez una “secuencia de procesamiento de información que *produce su propia plausibilidad*” (Luhmann, 2000: 79). Otra vez con *Ghost in the Shell* “Solamente creo que existo basándome en lo que el entorno me dice”.

Consecuentemente, el proceso interno del entretenimiento vive de las sorpresas autoproducidas, distinguiéndose como realidad inventada de la realidad real. Mientras que el espectador, comparándose a sí mismo con la historia ficticia, se concede “libertades de representación, que no se permitiría en la realidad” (Luhmann, 2000: 80). De ahí que las películas de ciencia ficción y fantasía, por ejemplo, puedan apreciarse sin descartarlas inmediatamente por lo alejado que se encuentran en referencia a la realidad observable, ya que exploran caminos de lo imposible por medio de la imaginación. Las situaciones no plausibles en la realidad, pero sí en las películas, se llevan a sus consecuencias extremas, pero lógicas a sus mismas premisas. A este proceso se le conoce como *suspensión of disbelief*.

La diferencia entre invención/realidad no es propia de la sociedad moderna. En épocas anteriores, Luhmann señala el ejemplo del teatro del renacimiento del siglo XVI, el entretenimiento lograba “una escenificación peculiar que sólo se experimentará como *algo en sí mismo*”. Con esta recreación se permitía la diferenciación y unidad “entre alucinación y lo visible, entre el conocimiento y el desconocimiento, entre una presentación conducida

por motivos visibles y, al mismo tiempo, por la sospecha generalizada de la autenticidad de dicha motivación” (Luhmann, 2000: 81).

También, en el siglo XVII había literatura especializada, cuyo modelo más avanzado lo constituyó la novela, que por medio de la ficción ofrecía “la oportunidad de ser, a la vez, aprendizaje individual y aprendizaje del astuto arte de la vida”, dirigidos a producir efectos en el público (Luhmann, 2000: 81). La expansión de la realidad duplicada se daba entonces por la impresión de libros, incipiente medio de comunicación de masas que cumplía con los mismos requisitos aquí descritos. Para Daniel Defoe la novela moderna surgió del periodismo “por la necesidad de distinguir entre publicaciones de hechos y ficciones” (Luhmann, 2000: 81). Aunque la distinción entre noticias/reportajes y las narraciones ficticias es posible a testigos que documenten el evento pero no a los que no se encontraban cerca. (Luhmann, 2000: 82).

En este recorrido histórico, se llega a la “eliminación de los elementos épicos” en el siglo XVIII. Ellos serán sustituidos por “la autorrealización de la trama novelesca, con el objeto de provocar la aceleración del resultado” (Luhmann, 2000: 82).

En el entretenimiento, como campo de los medios masivos de comunicación, siempre se ha de exigir algo nuevo. Tiene el requerimiento de que no se sepa de antemano el argumento o la historia para poder sentir diversión en cierto nivel. La segunda lectura sólo se hace para la admiración de la maestría estilística (Luhmann, 2000: 83). Aunque actualmente podemos ver la rutina de repetición de la lectura, ya que, si se cumplen muy exitosamente las exigencias de emoción, aquellos que se entregan al entretenimiento querrán gozar una y otra vez del producto.

La historia narrada no es una generalización de toda la experiencia humana, se individualiza mediante su propia “producción y resolución de inseguridades” presentadas, aunque se repitan estereotipos debido a la estandarización de los mass media (Luhmann, 2000: 83).

Para Luhmann, es necesario que el autor se mantenga escondido detrás del texto para producir emoción y diversión, ya que si no es así se pierde la ilusión de novedad de la historia (Luhmann, 2000: 83). Entonces el “mecanismo de la producción de un texto no debe hacer acto de presencia en el texto mismo, porque no se podría diferenciar la autorreferencia de la heterorreferencia.” La consecuencia de rechazar esta condición revelaría “la discrepancia entre componentes constataivos y performativos”; aunque evidentemente todo texto de entretenimiento tenga autor que comunica, “la diferencia entre información y acto de comunicar no debe hacer acto de presencia en el texto”. Se encontraría ante un problema de elección entre poner atención a los motivos del autor, al plexo de comunicaciones poéticas o a dejarse entretener (Luhmann, 2000: 84).

Sin embargo, como posición diferente se encuentran las *meta-historias* propias de los elementos de la posmodernidad. Ante la continua exigencia de novedad, el entretenimiento –como juego– busca extender su carácter de diversión. Así el acto de que el autor se presente en el texto aparece como novedad. De José Saramago en la literatura reconocida hasta las películas comerciales como *Deadpool* –inclusive rastreando hasta *Don Quijote*–, hay una presentación del objeto de entretenimiento como autorreconocido como tal. Se puede argüir que, desde el sentido del entretenimiento en el que todo es pensado como diferenciación de la escenificación/realidad, la escenificación se orienta a la diversión, al entretenimiento y a la emoción dramática. Entonces se lleva este sentido a todos los extremos de las comunicaciones en un intento de abarcar todas las comunicaciones.

Todo objeto, proceso o información es posible como entretenimiento para los mass media, que pueden ser presentados como escenificación en sus procesos complejos como sistema y como programa. Desde la denuncia en las películas con contenidos de crítica social o evidencia de controversias hasta los temas más banales son escenificados como entretenimiento. La sociedad consecuente a la expansión de este sentido se ha criticado en *La sociedad del espectáculo* y *La pantalla global* de Gilles Lipovetsky. La argumentación profunda sobre este punto se verá en el capítulo siguiente.

Regresando a la descripción del entretenimiento, él significa “no dar ocasión de que se responda a la comunicación con comunicación”. La única habilidad que se fomenta es el aprendizaje de “la forma de observación de segundo orden”. El observador, en el entretenimiento moderno, se concentra en las vivencias y los motivos de las personas introducidas en el texto. Así fue en el arte del siglo XIX, con la novela con Flaubert en *L'education sentimentale* y con Melville en *The confidence man* (Luhmann, 2000: 84).

Desde estos ejemplos el arte se empieza a alejar de la descripción de ficticia, para culminar en el siglo XX cuando ya no se deja identificar como tal ya que la “ficcionalidad presupone una visión de cómo debería ser el mundo y, con ello, entonces, la ficción sería su verdadera descripción.” Para Luhmann la “descripción ficticia será boicoteada sistemáticamente por el arte moderno” y se dejaría que los medios de masas se encarguen de esa necesidad de entretener (Luhmann, 2000: 85).

El análisis de todos los contenidos del entretenimiento, desde los más “ricos”, como la narrativa, hasta los concursos de toda clase o los encuentros deportivos, necesita guiarse de la pregunta “¿Cómo están conectados con la realidad estos acontecimientos imaginados?” (Luhmann, 2000: 85).

La respuesta es aludir al efecto de reforzar la relación de los eventos ficticios con el conocimiento previo que los espectadores poseen (Luhmann, 2000: 85). Entender a la sociedad como sistemas clausurados de comunicaciones significa aquí poder afirmar que el autor o autores de las obras de entretenimiento poseen información que se comunica dentro del mismo sistema, donde también se encuentran los lectores/espectadores. Por eso se puede conectar cualquier producto imaginado con la realidad de la audiencia, ya que todo producto humano no puede ser ajeno a otro humano, ni la comunicación es ajena a la comunicación.

De este modo el entretenimiento no sirve para “ilustrar o instruir” sino para “superarse a sí mismo” (Luhmann, 2000: 85). En esta direccionalidad del capo programático se exteriorizan experiencias. Algunas tipificadas por el autor son siempre comparaciones, “a otros parece que no les va mejor”, “ideales que uno debe exigirse a sí mismo” u

“combinaciones altamente improbables”, no existen en la vida cotidiana (Luhmann, 2000: 85).

Pero las experiencias aluden a la inclusión del cuerpo y del espíritu (Luhmann, 2000: 86), entendido este último como la experiencia mental, moral, social o aquella que evoca la dualidad de lo tangible e intangible de toda persona en su identidad. El erotismo y las historias criminales o las aventuras son ejemplos que se encuentran en el entretenimiento que refieren al cuerpo y al espíritu, no necesariamente separadas en su narración.

Así el entretenimiento está orientado “en la medida en que es ofrecido desde fuera, a la activación de lo que cada quién experimenta por sí mismo, a la activación de lo esperado, de lo temido, de lo olvidado –lo que en su tiempo fueron los mitos– (Luhmann, 2000: 86).

La dirección de los medios masivos de comunicación en el entretenimiento es hacia la diferencia de las experiencias/emociones a través del cuerpo y espíritu, “aquello por lo que siempre suspiraron los románticos cuando pretendieron crear «una nueva mitología»” Con los alcances que permite la tecnología expansiva “el entretenimiento reimpregna lo que, así y todo, es. Y, como es usual, aquí también las prestaciones de la memoria están conectadas con las posibilidades de aprendizaje” (Luhmann, 2000: 86).

Lo anterior no debe confundirse como un establecimiento jerárquico de deidades o la segmentación estática y rígida de estrellas y valores, sino como una difusión eficaz de experiencias con las cuales se permite la comunicación y las observaciones que establecen selecciones sobre todo tipo de informaciones. Aun así, hay diversificación en experiencias que se mantienen abiertas a la selección de cada individuo o sistema social, teniendo en cuenta los cruces ya mencionados de la realidad ficticia a la real.

El ejemplo claro y consecuente de este razonamiento, para esta tesis y para Luhmann, son las películas cinematográficas. Ellas utilizan “la forma general de hacer plausibles distinciones” diferenciando la categoría de tiempo y trazando los límites del entretenimiento “mediante la inclusión del esquema antes/después que acontece dentro de la historia de la misma cinta.” A diferencia de los libros, en los filmes “se recubren las distinciones mediante

formas de percepción (y no tanto mediante formas narrativas).” Otra peculiaridad en el mismo sentido es la comunicación amplia en la comunicación visual que ofrecen las películas “el lugar donde se efectúa la acción, el mobiliario, se hace visible como *contexto* (departamentos elegantes, coches sofisticados, aparatos técnicos artificiales), del que se sirve la acción y en el que lo explícito, dicho, se reduce a un mínimo” (Luhmann, 2000: 86). La importancia de esto se expresa en el documental rumano *Chuck Norris contra el comunismo* (2015), en él se narra la trascendencia de las películas populares norteamericanas de la década de los ochenta, y las exhibiciones clandestinas de las cintas VHS en casas particulares en lo amplio de toda la Rumania del dictador Nicolae Ceaușescu. Lo radical no fue un mensaje subversivo, contestatario o directamente anticomunista, sino el mero escenario y contexto de las películas: el vestuario, la forma de hablarse, la comida en la mesa del desayuno, los estantes llenos de los supermercados.

Aunque históricamente en la novela ya se había tratado el tema de los límites de la controlabilidad del cuerpo, las características únicas del cine como comunicación audiovisual permiten el siguiente proceso:

Los motivos se «ven» en sus efectos y con ello se gana la impresión de que las intenciones de la acción sólo son parte de un acontecimiento total, y que el actuar mismo no puede tener una visión integral de lo que lleva a cabo. Casi imperceptiblemente el espectador se aprehende a sí mismo como un observador de los observadores, para llegar a descubrir en sí mismos posiciones semejantes o radicalmente distintas (Luhmann, 2000: 86).

Este mismo predominio de la orientación a las experiencias lleva a la abundancia de lo erótico y de las aventuras peligrosas, físicas o emocionales, donde la vulnerabilidad de los sujetos de identidades ficticias convierte al lector en un *voyer*, “en una analogía del cuerpo a cuerpo” (Luhmann, 2000: 87). A diferencia de la novela artística escrita, en los filmes y en la televisión la imagen aparecerá de manera “más drástica, más compleja y, por eso mismo, más impresionante”, así mismo específicamente se enriquecerá más por “hacer visible el tiempo como factor de aceleración (tempo), o mediante la presentación de situaciones límite del dominio del cuerpo”. La novela artística entonces se derivará en “formas ficcionales en el entretenimiento preñadas de emoción” (Luhmann, 2000: 87). Por eso la *persecución* y el

tren son elementos únicos en la cinematografía. También ese elemento de observador casi obscuro, debido a que el espectador puede ver sin temor a que su mirada sea sorprendida.

Paralelamente, los mass media no se limitan a difundir simplemente los resultados de los encuentros deportivos, la emoción “contenida en la narración” está en las emisiones. Así se estabilizan las emociones ancladas «simbólicamente» en los mismos límites de lo “controlable corporalmente” (Luhmann, 2000: 87).

El proceso desemboca en la “sociabilidad abierta” –“congruencia con «valores internos» y a seguridades puestas en tierra”– que para Luhmann parece que empezó en los estratos burgueses del siglo XVIII y en la actualidad se convirtió en indispensable para la vida moderna. (Luhmann, 2000: 88).

Lo anterior significa que “cada uno se encuentra a sí mismo como alguien que ha nacido para determinar o dejar determinar su vida como en un juego «of which neither he nor any one else back to the beginning of time knew the rules or the risks of the stakes»” (Luhmann citando a Henry Adams, 2000: 88). Por eso el autor alemán comprende la tentación de conectarse a realidades virtuales, ya que en ellas cada uno podría desconectarse cuando quisiera ante cualquier adversidad.

Al final de los elementos que se encuentran en el campo programático del entretenimiento se encuentra la diferencia entre libertad/coacción y su relación con la identidad. Este programa tiene un interés en crear una realidad creíble, pero sin necesidad de consenso. A la audiencia no se le exige consentimiento ya que se le ofrece libertad cognitiva y emocional. Para Luhmann, de esta manera se supera la contradicción entre libertad y coacción; ya que, si cada uno puede elegir, no se obliga a permanecer en la información del entretenimiento ni a aplicarla sobre sí a la hora de tomarse en serio (Luhmann, 2000: 88). La cuestión para reflexionar más adelante será con la categoría de poder desde la misma teoría de sistemas, ya que el entretenimiento podría efectivamente limitar las observaciones, y, aunque no obliga, reduce las posibilidades de elección.

En cuanto al nexo del entretenimiento con la identidad, hay que pensar en categorías de la teoría misma. Sin sujeto metodológico para correlacionar lo social con lo individual, aquí se usan las categorías de observaciones y observadores, con cambios epistemológicos ya tratados. Es entonces que en el proceso del entretenimiento los espectadores son los terceros excluidos de la observación (Luhmann, 2000: 89). Son aquellos que no se pueden subsumir en un sentido de código.

Las *distinciones consecuentes* que se desarrollan en el mundo de la imaginación, en la medida en que a uno se le ofrece las posibilidades del otro —es decir, la capacidad emotiva y cognitiva del entretenimiento ficcional en la que es un subtexto que invita a referir a sí mismo su contenido— es el *saber, el poder y el sentir del espectador*. No es la impresión que le ha producido, tampoco el efecto de aprehenderlo como analogía o imitación, no hay igualación del comportamiento propio. Lo que sucede es que se aprende a observar a los observadores, y por consiguiente a la manera en que ellos mismos se observan. Así uno es más astuto pero menos comprometido que el observador de primer orden (Luhmann, 2000: 89).

Recordando una base teórica de los sistemas clausurados operativamente, “lo que acontece en el interior del espectador individual... es a final de cuentas inobservable”, ya que los procesos son excesivamente complejos, indeterminados y diversos. Los efectos a la psique son incontrolables e inobservables desde el sistema de los medios de comunicación de masas y de sus programas (Luhmann, 2000: 90).

Para entender la producción permanente de la referencia del mundo, para afirmar o rechazar lo que se presenta por los mass media se necesita comprender que:

cada operación lleva aparejada una heterorreferencia, es decir: una referencia de la realidad real valorada conscientemente y que permanece como tema de todo acto comunicativo. Esta direccionalidad de la distinción hacia la realidad real y hacia la realidad ficticia es lo que hace que se produzca el valor de entretenimiento en la comunicación (Luhmann, 2000: 90).

El entretenimiento de los medios masivos de comunicación pone los temas en la sociedad, pero se invita a que “saquen las consecuencias a partir de sí mismos.” Consecuentemente con esas disquisiciones se hace visible “cómo el entretenimiento produce realidad” ya que

primordialmente “posibilita la autoubicación en el mundo” con puntos fijos “que no se encuentran ni en los noticieros ni en la publicidad” (Luhmann, 2000: 91).

Las diferencias en las observaciones del entretenimiento se guían por claras distinciones morales, aunque a veces el chico bueno cede para que la historia tenga un buen final (Luhmann, 1993: 776). Prefieren la moralidad y la acción. Decisiones y quizá la sobreestimación de la influencia de las decisiones para traducir la incertidumbre del futuro en riesgo de la toma de decisiones.

Con todo lo anterior, para Niklas Luhmann “la realidad ficticia y la realidad real quedan claramente diferenciadas, y le corresponde a cada individuo, en relación con su identidad, determinar lo que escoge en la medida en la que uno se observe a sí mismo y busque allí su identidad”. Las indagaciones más allá de la comunicación social exceden la labor de análisis sociológico y tampoco se puede generalizar un proceso a todos los individuos ya que “la identidad no se debe ni se puede comunicar” (Luhmann, 2000: 91).

Finalmente:

El entretenimiento incluye a todos, con excepción de aquel que no se interesa por él y que por abstinencia (la mayoría de las veces manifestada con arrogancia) ya se acostumbró a definir su propia identidad mediante el hecho de no estar interesado en la diversión que ofrecen los medios de masas –no obstante acaba definiéndose en relación a ellos (Luhmann, 2000: 92).

5.5.4 Documentales.

Sobre este tema sólo una ligera disquisición. Quizá los filmes con contenido informativo y con cierta narrativa de entretenimiento, conocidos como *Documentales*, se encuentren fuera de los tres campos programáticos descritos anteriormente.

Estos filmes profundizan en distintas temáticas, sin embargo, el tratamiento es de una forma distinta al entretenimiento y a los reportajes. La diferencia con el entretenimiento parte de lo ficticio. Los documentales informan sobre acontecimientos circundantes no ficticios. Al mismo tiempo se diferencian de los reportajes al hacer explícito su carácter más enfocado

a la presentación por medios cinematográficos, ya sean proyectados en multicines, en materiales físicos o disponibles para ver en línea al Internet.

Estos documentales tienen la característica inherente de *Denuncia*, si es que esta se define como *informable*, y con ello denota que su contenido es relevante. Con estas consideraciones, los documentales son parte del código informable/no informable del sistema de los medios masivos.

Desde otra perspectiva, los documentales ofrecen a su audiencia una satisfacción específica, lo que Lipovetsky llama *Prima de satisfacción reflexiva*. Esta es “la desmitificación, la denuncia de mentiras, el placer de salir de la caverna” (Lipovetsky, 2009: 150). Ante las necesidades actuales, el documental responde al individuo para “sentirse sujeto libre, pensante y crítico”, en el presente es “el consumo el que debe hacernos más inteligentes, aunque sea sin esfuerzo, con la felicidad de las imágenes” (Lipovetsky, 2009: 150). En las diferentes modalidades de consumo del cine, esta prima de satisfacción reflexiva se observa en la “búsqueda de «buenos planos» en Internet, intercambio de información en blogs y foros, viaje cultural, alimentación bio, compras «verdes» (Lipovetsky, 2009: 150). Desde esta óptica, los documentales permiten al observador la sensación de “no dejarse atrapar”, de ser “responsable” y “el ver espectáculos no sólo por diversión o evasión, sino para sentirse más ilustrado, más maduro, menos engañado (Lipovetsky, 2009: 150). Para Luhmann, los documentales seguirían cumpliendo con la necesidad de diferenciación propio de los medios masivos debido a su alto grado de comunicación. “El riesgo, lógicamente, es que la denuncia del engaño sea un engaño” (Lipovetsky, 2009: 151).

6. El cine de la sociedad.

El entretenimiento cinematográfico de los medios de comunicación masiva es una multiplicidad de observaciones sobre la complejidad del mundo. Lo observado son tanto los eventos cotidianos íntimos como los temas que se consideran de profundo interés nacional o mundial. Con el cine se aumentan los posibles objetos por observar.

En resumen, la tendencia de los mass media por enfatizar la discontinuidad, la sorpresa, el conflicto, la agencia, la decisión y la evaluación moral, lleva a la hipercomplejidad, para el sociólogo alemán esto significa que dentro de la complejidad del sistema sociedad hay muchas descripciones referentes a esa misma complejidad compitiendo por predominar (Luhmann, 1993: 777). Nuestra sociedad como una catástrofe estructural y semántica en el sentido de René Thom, es el resultado de un cambio fundamental en la forma de estabilidad que le da significado a estados y eventos (Luhmann, 1993: 777).

Para Niklas Luhmann, desde el siglo XVIII la historia se convirtió en narrativa -con la invención de la novela y del historicismo autorreflexivo-. Narrativa como una construcción de unidad, es decir una secuencia coherente de eventos, una estabilización. Con la deconstrucción de nuestra tradición metafísica, perseguida por Nietzsche, Heidegger y Derrida, la unidad cambia por diversidad. Es ahí donde entra la catástrofe de la modernidad (Luhmann, 1993: 778). Las descripciones de nuestro tiempo, posmodernidad o metamodernidad entre otras, son las que construyen el predicamento de la filosofía de este siglo, la hipercomplejidad ya expuesta. En este contexto, los siguientes apartados pretenden ser una descripción científica social sobre la comunicación cinematográfica, tanto de su emergencia y su contingencia.

Para este objetivo se observa a la ciencia como un sistema social diferenciado que busca conocimiento verdadero. El método riguroso que emplea pretende poder presentar axiomas, leyes o sentencias comprobables sobre su entorno, utiliza la *verdad* como medio de comunicación simbólicamente generalizado.

De esta manera, el producto de una tesis científica se redactaría en una ecuación o definición clara, sencilla y elegante². Sin embargo, la ciencia social tiene la especificidad de ser observación de observaciones, observación de segundo orden, de un mundo comunicativo; y como dijo Montaigne citado por Derrida: “presenta más problema interpretar las interpretaciones que interpretar las cosas”. En lugar de comprobación, las observaciones se demuestran.

Aunado a esto, la teoría de sistemas no busca llegar al *ser* por el *pensar*, la clásica reflexión ontológica se cambió por la *diferenciación* y no así por la definición. Por lo tanto, sería equívoco concluir con una definición del cine de la sociedad, enumerar sus características y pensar su ser para presentar una sentencia inapelable de su identidad.

Entonces, siguiendo lo estipulado por la teoría de sistemas sociales presentado a lo largo de este trabajo, ¿Cómo debería concluir una tesis teórica que pregunta sobre el funcionamiento del cine en la sociedad?

El análisis metateórico de esta cuestión debe utilizar la recursividad del código científico: diferenciar de la complejidad caótica del mundo inobservable, una distinción denominada verdadera. Esta diferenciación es una observación desde el sistema científico del cual parte esta tesis. Para ello debe mostrar el funcionamiento del cine. Por lo tanto, debe diferenciar lo ya nombrado cine. Esta operación recuerda el proceso descrito por la fenomenología de Husserl para investigar el Yo. Desde su quinta meditación cartesiana, pregunta: ¿Quién soy? Con esto, existe un *yo apriorístico* constituido antes de la conciencia, es decir, cuando se puede preguntar por el *yo* ya hay un *yo* por interpretar. Cuando inicia esta tesis, ya hay algo diferenciado en la sociedad que se le conoce como cine. La observación científico social pregunta por esa observación ya constituida en la comunicación.

La salida fácil al problema de redacción de la conclusión es comenzar de la siguiente manera:

² *Elegante* en el significado de Stephen Hawking y Leonard Mlodinow explicado en su libro *El gran diseño* de 2010, en el que las complejas fórmulas matemáticas deben poder reducirse a este adjetivo.

El cine *es* un médium por el cual se comunican observaciones de segundo orden –es decir, información ya procesada del mundo– por medio de la tecnología expansiva y dentro del código de los medios de comunicación masiva, campo programático del entretenimiento, presentando temas con consecuencias incontrolables para la sociedad.

Todo el trabajo teórico de esta tesis, si es coherente con sus conceptos, no puede terminar con una definición del *ser* del cine. Debe mostrar el funcionamiento del cine, la operacionalización de sus formas y la observación teórica de alcances concretos para investigaciones futuras.

Por lo cual hay que diferenciar la comunicación cinematográfica de la comunicación de la sociedad. Marcar la diferencia del sistema y del entorno y con ello preguntar ¿cómo reduce y crea complejidad la comunicación cinematográfica? Siguiendo la pregunta de investigación ¿Cómo el medio cinematográfico funciona, y cómo aporta la comunicación necesaria para la autopoiesis de la sociedad?

Para responder estas preguntas es necesario dividir el problema en clausura operativa y acoplamientos estructurales. La primera parte examina las operaciones del sistema, cómo por medio de un código comunicativo logra diferenciarse de las demás comunicaciones existentes para desarrollar operaciones propias, y así clausurarse operativamente. Por lo tanto, se explora cada una de las operaciones que se forman desde el sentido propio del cine.

La segunda parte examina la comunicación de ese sentido. Para una descripción abarcadora se exige observar las relaciones del cine con el funcionamiento de la sociedad en general, para ello se divide el problema en las diferentes formas que se permiten acoplamientos estructurales.

6.1 La construcción de sentido desde el cine.

Hay un paralelismo entre los sueños, la memoria y el cine. En la experiencia individual se diluye la frontera entre uno y los otros. En la forma de ver el mundo, los ideales, los deseos, las visiones, las mentiras y fantasías construyen los fantasmas de nuestra memoria ¿cómo saber si se piensa en un sueño, en un recuerdo o en una escena vista en una película?

Estas indagaciones de aspecto cognitivo se hacen desde otras ciencias. Desde la sociología el problema se configura en describir cómo la sociedad posibilita la comunicación sobre estos temas, la forma específica para esta tesis se direcciona en la comunicación cinematográfica. El cine aquí se entiende como comunicación y no sólo como la mera técnica de grabar y proyectar. Como tal, se necesita analizar en términos sistémicos.

Para construir conocimiento sobre el cine se describe la comunicación cinematográfica como operaciones en proceso, emergentes y contingentes en la finitud. Estas operaciones se realizan constantemente desde los filmes y desde todas las comunicaciones sobre ese sistema partiendo de un sentido autopoietico.

La comunicación cinematográfica es una construcción de orden, de certidumbre, como cualquier otra comunicación. Entonces, ¿cómo funciona esta operación de la sociedad? El proceso de formación de esta diferenciación específica se hace con códigos comunicativos y lo consecuente es indagar sobre el código del cine.

6.1.1 Código cinematográfico.

La reducción de complejidad hecha desde el cine tiene que partir de una diferenciación. El sentido de esta distinción es la diferenciación binaria de sistema/entorno. En el cine este trazo es aquella comunicación que se pueda denominar como:

relato-cinematográfico / no-relato-cinematográfico.

Este sentido comunicativo, al que también se le puede nombrar *relato-filmico*, opera como programa perteneciente al sistema social diferenciado de los medios de comunicación masiva. Como tal, se rige con el código *informable/no informable*. Es decir, al distinguir y seleccionar información como un relato cinematográfico, ya se hace con la intención de comunicarlo a través de las tecnologías y del sistema social que permite su difusión masiva. El cine es masivo no exclusivamente como mainstream sino al ser disponible para conectarse como comunicación, con una diversidad inmensa de tratamientos y temas.

Para argumentar la construcción de este código es necesaria la descripción de su proceso de formación. Primero, hay que establecer que el cine es un observador que realiza

distinciones, como se argumenta en *Deconstrucción como observación de segundo orden*, por lo tanto, esta diferencia proviene de la descripción sociológica sobre las operaciones que realiza el cine como observador.

Después, el sentido del cine propuesto en esta tesis cumple con el rasgo de los sistemas sociales autopoieticos de *sensemaking* del mundo, confiere sentido al mundo y con ello construyen una realidad, así estabiliza al presentar puntos fijos de referencia más que significados directos.

El cine funciona de una forma similar a un juego social que presenta información en lugar de reglas, cuando se piensa como entretenimiento desde los medios de comunicación masiva. Cuando distingue desde el sistema del arte, el cine funciona muestra orden sin finalidad. La diferencia con la que el cine logra la clausura operativa es la información seleccionada con la característica especial de narración, es decir como relato, siguiendo una memoria sistémica y un lenguaje audiovisual creado.

Si la *palabra* es la distinción de la complejidad, la secuencia cinematográfica es la distinción de la falta de coherencia del mundo, que presenta una guía para futuras observaciones. Es una diferencia que le da uniformidad a las contingencias del universo en forma de narración o de discurso explícito ante la ausencia de un sentido ontológico del mundo en términos de unidad secuencial. Los filmes en su mayoría, a excepción de cierta vanguardia artística, comunican historias, es decir, relatos configurados de forma audiovisual. La maestría del comunicador cinematográfico radica en su capacidad para relatar una historia de forma inmersiva.

El código cinematográfico presenta la distinción entre el mundo y el relato. Es decir, una diferencia que tiene un principio y final. Una creación, una observación estructurada en una secuencia audiovisual, como un juego que tiene un principio, un final e interés de unirse a ese juego. El cine como juego social muestra informaciones, es decir, selecciones. Por lo cual el cine establece distinciones, *id est*, sentido.

La comunicación cinematográfica es una diferencia que marca lo posible dentro del relato. Dirige las aparentes contingencias, aparentes solamente ya que se encuentran determinadas por ser creación cinematográfica, y también dirige la mirada del observador de estas distinciones.

El cine es una creación de un evento, como tal se puede estructurar con intenciones definidas, aunque sean rebasadas por las interpretaciones que se hace de él como emergencia comunicativa.

El cine con mayor probabilidad de comunicación expansiva es el producido desde el programa entretenimiento de la distinción del sistema de los medios comunicación masiva (como ya se ha descrito, estos son los que describen al sistema sociedad). Como campo programático de este sistema, el entretenimiento tiene sus *eigenbehaviors*. El cine se especifica como subsistema cuando él mismo crea un subprograma que distingue a su entorno, e inclusive observa al propio entretenimiento, a los medios masivos y a la sociedad, realizando la reentrada de su código en el sistema. Así es como el código *relato-cinematográfico* se produce.

Las excepciones del cine como cine masivo existen. Por supuesto que hay una alternativa de crear cine sin necesidad de su comunicación por el sistema de los mass media. Siempre y cuando siga su código comunicativo, es decir, que cumpla con las características narrativas correspondientes y no se catalogue como la suma de segmentos grabados. El cine casero utiliza el lenguaje cinematográfico y por lo cual su carácter comunicativo se hace presente en los niveles más específicos. De igual manera que la comunicación se hace presente en los sistemas de interacción, así como también en sistemas sociales diferenciados.

Como equivalencia comparativa, si bien se puede utilizar la tecnología del dinero con una moneda casera que opere exclusivamente en un pequeño grupo, la forma en que funcione se hace siguiendo los códigos del sistema diferenciado de la economía. De igual manera la escritura que se usa en cartas personales no es un fenómeno contingente único, sino que utiliza una característica comunicativa de la sociedad. Así el cine es una comunicación que sigue una operación propia.

El proceso cinematográfico no puede ser sólo entendido como medio de difusión. Sin embargo, sus disposiciones tecnológicas sí lo son. En cuanto tal, aplica para ellas lo mismo que para la escritura y los modernos medios electrónicos. Tal como lo describió Luhmann, las tendencias resultantes de los medios de difusión ya no son jerárquicos, es decir no es mejor la escritura frente a las llamadas telefónicas o los videos, más bien hay un orden heterárquico y una renuncia a la integración espacial de las operaciones de la sociedad (Luhmann, 2007: 242). Estas son las características de la sociedad mediatizada, una descentralización de los medios de difusión y la ausencia presencial en la comunicación. Ante esta complejidad del mundo, la pregunta es ¿cómo funciona una sociedad mediatizada? y ¿cómo el cine aporta información para esa sociedad mediatizada?

El cine como *médium*, más que como medio de difusión tecnológica, logra comunicar observaciones desincronizadas en tiempo y espacio, en un mundo donde la información se obtiene de forma descentralizada y heterárquica.

La comunicación se despliega en diversas operaciones. El cine como comunicación no puede ser enclaustrado específicamente al funcionamiento del sistema social diferenciado y funcional de los medios de comunicación masiva. Si bien el cine puede ser analizado como parte de ellos, es una contingencia que puede ser observada como comunicación, es decir, puede ser tratada desde el sentido de los distintos sistemas sociales funcionales, de organización, de interacción e inclusive desde los movimientos sociales, en específico en acoplamientos estructurales.

Desde el arte este código del cine tiene varias implicaciones. Aquí es pertinente la señalización de la teoría crítica cuando describe al cine: éste ya es producido con el interés de comunicarse a través de la tecnología que permita su masificación. Pero también es posible vislumbrar al cine como una forma comunicativa que permite realizar obras artísticas sin su característica de masificación. Dentro de este parámetro, el cine no sería mass media, si es realizado sin la posibilidad de reproducción en las tecnologías que lo hagan masivo, aunque es muy improbable concebir un material que por las características tecnológicas de la actualidad no tenga una oportunidad de volverse mediático.

El cine así logra una diferencia en la sociedad al seguir su código comunicativo de relato fílmico, ya sea desde el sistema social de los medios de comunicación masiva, desde sistemas de interacción o desde otros sistemas diferenciados, por ejemplo desde el sistema del arte (sus usos de publicidad para la economía o propaganda para la política o religión ya están contemplados como parte del sistema de los mass media).

6.1.2 Dimensiones del sentido cinematográfico.

El sentido tiene tres dimensiones: objetual, temporal y social. Ya descritos en el apartado sobre las características del sentido desde la teoría de sistemas sociales autopoieticos, en los siguientes párrafos se describirá cada una de estas dimensiones para el sentido propuesto de *relato-cinematográfico/no-relato-cinematográfico*.

La *dimensión objetual* del sentido del cine es la distinción misma de relato-fílmico/no-relato-fílmico. Lo que sí se puede incluir y lo que es externo, lo que es *otra cosa*. Entonces qué sí es un relato fílmico y qué no. Lo que se mencionó sobre el sistema de medios masivos sigue aplicando para el cine, la relación con la tecnología. Sin que la técnica sea la frontera objetual del sentido del cine, es decir, no todo lo que es grabado puede considerarse un relato fílmico.

Si bien los videos que no son cinematográficos abundan en redes sociales, hay operaciones mismas del cine para trazar constantemente esta distinción entre lo que sí es cine y lo que pertenece al entorno, ya sea utilizado por otro sistema social o sólo eventos contingentes que utilizaron la videograbación. Los ejemplos van desde la grabación de experimentos científicos, grabaciones para pruebas judiciales o hasta las grabaciones personales para la memoria familiar.

El cine como entretenimiento puede tener claro su límite como relato fílmico, pero como arte, y más como arte de vanguardia, el cine tiene posibilidades de cruzar al lado no marcado y hacer nuevas distinciones, con relatos con final abierto, sin clara narrativa, con múltiples narrativas o cortes aleatorios. El cine mismo hace una reentrada de esta distinción al constantemente revisar sus mismas operaciones y *rompe las reglas* de lo que se considera fílmico para presentar nuevas identidades de sentido revisitadas.

Los mismos cineastas presentan a través de las décadas esta reentrada del sentido del cine, hay que recordar a Jean-Luc Godard y Andréi Tarkovski entre muchísimos otros. Lo entendido como las reglas son las prácticas de lo que es cine, se establecen en las operaciones, son la memoria del sistema cinematográfico utilizando su sentido, para contar historias inmersivas. Mientras que siempre es posible su observación de segundo orden para presentar nuevas distinciones y usar el sentido para construir nuevas identidades de éste. Sobre la memoria del sistema se describirán sus distinciones más adelante.

En la *dimensión temporal*, actualidad/posibilidad, el sentido les da objetivo a las operaciones siguientes. En cuanto al cine, el objetivo o la posibilidad es estructurar un producto fílmico que sea observado. Los eventos del mundo los ve como filmables, como posibilidad de volverse fílmicos. Al mismo tiempo se puede adelantar a la película (identidad de sentido) y pensar en su proyección, su crítica, su asistencia, sus posibles premiaciones y permanencia en el tiempo para volverse *película de culto*. Si bien dependiendo de los subprogramas las operaciones se direccionaran a ciertas combinaciones de posibilidades, hay que recordar que el sentido le da certidumbre a lo incierto del futuro.

Las comunicaciones cinematográficas tienen un objetivo particular, crear un objeto físico, un filme que se pueda observar. Sin embargo, ya se ha trascendido el material físico al crear referentes comunicativos, ideas, universos fílmicos expresados tanto en continuaciones como en filmes relacionados a la historia creada originalmente. Por ello, es en el plano simbólico, en las comunicaciones, donde importa aquí analizar al cine.

La dimensión temporal del sentido del cine también presenta posibilidades para sus propias operaciones, extendiendo los límites de su lenguaje y creando siempre más complejidad a sí mismo.

También el sentido del cine en su dimensión temporal presenta descripciones del mundo en su actualidad y las posibilidades de él. Estos relatos fílmicos van en las películas especulativas, los futuros posibles descritos en la ciencia ficción, de utopías o distopías que establecen posibilidades del resultado de las operaciones presentes. Recordando que como

medio masivo autodescribe a la sociedad, el cine tiene la capacidad de describir posibilidades para la sociedad misma, una reentrada de la ficción en la realidad.

Si extrapolamos la dimensión temporal, también se observa descripciones del pasado y les da coherencia a los eventos anteriores, distinguiéndolos como unidades narrativas secuenciales, describiendo a sí mismo el presente como un producto del pasado, como categoría que el observador-cine les da a las contingencias. Es decir, una posibilidad futura de interpretar la historia.

El cine así se desarrolla como eurialística. Muestra las paradojas de las distinciones de la sociedad, y las despliega de una forma creativa, con nuevos relatos y posibilidades de distinguir al mundo con nuevas diferencias (véase más adelante en la paradoja del cine).

Para la distinción de la *dimensión social* entre alter/ego, el cine se describe como productor de sentido y presupone un otro que lo pueda observar. Primero está la posibilidad de que otros sistemas observen las distinciones hechas por el cine, todos ellos desde sus respectivas operaciones pueden observar las unidades llamadas películas -las identidades de sentido como relatos fílmicos-, dentro de ellas pueden observar el sentido mismo del cine, las intenciones comunicativas de sus autores o su plexo poético, pueden observar el proceso de producción fílmica, la crítica constante o cualquier otra parte del cine descrito en las siguientes secciones.

También hay que recordar que esta distinción se hace desde un observador, por lo tanto, el cine como ego que construye el sentido y algún otro observador como alter, son distinciones que se hace desde un sistema comunicativo. En este caso la observación se hace desde la sociología y podemos señalar las posibilidades de distinguir diferentes alter para el cine.

La distinción de ego/alter en la cual el sentido se construye en el primero, extiende su identidad de sentido para ser observado por otros. Dependiendo del observador que se construya -con fines sociológicos, económicos, políticos- el cine construye sus observaciones, desde su sentido, para ser observado por la crítica, las empresas productoras,

los adeptos religiosos, los militantes políticos, en general, la audiencia con interés y capaz de ver cine; y una larga lista de interpretaciones que dependerá del sentido creado por el observador de segundo orden para esta distinción. Con este objetivo se consolidan los altos grados de comunicación, debido a la no interacción entre presentes de acuerdo con la descripción de los medios masivos.

Sobre las observaciones desde otros sistemas y sobre las diferenciaciones internas del cine, está el trabajo descriptivo en el apartado de los acoplamientos estructurales y en la memoria interna del sistema, respectivamente.

6.1.3 Paradoja del cine.

Observar y diferenciar al cine como un sistema con operaciones propias postula varias preguntas. Primero ¿qué ausencia viene a clausurar? Y ¿cómo logra establecerse por sí mismo? Pero en última instancia ¿Cuál es la paradoja por la que se funda la comunicación en el sistema cinematográfico? Posibles respuestas estriban en una descripción completa del mundo, conjunto a los demás medios de comunicación masiva. Pero el cine en su carácter de relato cinematográfico ansía distinguir narrativamente, darle relaciones de sentido a algo que no lo tiene, un significado, hacer finito lo infinito del mundo, así como un cuento o un mito.

El cine es un observador de segundo orden que ve las diferencias con las cuales operan otros observadores (sistemas, individuos, cuerpos). El cine puede observar el “comportamiento del observador de primer orden, cómo invisibiliza su paradoja, cómo la sustituye y la cambia de lugar por medio de distinciones, cómo trasforma complejidad indeterminable en complejidad determinable, llegando así a cargas de información finitas” (Luhmann, 2015:30).

Así, el cine puede ir en busca de otras soluciones funcionalmente equivalentes para el problema en cuestión (Luhmann, 2015:31). Presenta equivalencias funcionales ficticias, una construcción de un mundo con diferentes procesos, una ficticia unidad analítica para mostrar su observación de segundo orden, pero de una forma de continuidad narrativa, como relato, y de discontinuidad al mundo circundante, también como drama.

La eurialística mencionada con anterioridad es cuando el cine al ser observador de segundo orden puede ver las distinciones del observar de los demás sistemas, y también puede proponer una desparadojización creativa, una posibilidad de cómo se podría resolver la paradoja en otro mundo, con prestaciones teóricas, con la *suspensión de creencias* que se le pide por un momento al espectador y crea un mundo a partir de paradojas diferentes. De ahí la ficción del cine.

El cine como eurialística tiene capacidad para crear nuevas paradojas. Con creatividad observa los límites de las distinciones generadas por ciertas paradojas y ofrece una forma distinta de solución al problema desde las distinciones mismas. Es observador que ve paradojas, pero al comunicar crea paradojas.

Es de uso coloquial describir al cine como un *reflejo* de la sociedad o advertir sobre sus potencialidades para *afectar* al “mundo real”. Lo que estas distinciones señalan es la diferencia ficción/realidad, y la paradoja del cine como comunicación que transita temporalmente entre ambos lados desplegando la paradoja misma. Como relato se entiende su cualidad de creación, de ficticio o artificial; como observación de realidad es realidad misma, una observación de segundo orden que no deja de ser realidad, porque todo lo existente es realidad. En este sentido, el cine no puede verse a sí mismo a través de una distinción clásica de ficción y realidad. En la ficción nada es real y todo lo es.

Existe una paradoja de la mayoría de los observadores que aplica también para el cine: intentar-localizar-todos-los-fenómenos / imposibilidad-de-localizar-todos-los-fenómenos. Consecuentemente a lo dicho sobre la infinitud del mundo, el cine construye identidades de sentido finitas, pero tiene una peculiaridad interesante. Hay que establecer primero que “el entorno no puede distinguir” (Luhmann, 2015:32), de acuerdo con la diferencia sistema/entorno esta afirmación se puede pasar por obvia. Sin embargo, el cine crea la ilusión de que el entorno distingue ya que invisibiliza su funcionamiento como observador que distingue, realiza un esfuerzo en sus operaciones para simular que se observa al entorno, fenómeno sin distinciones. Para los sistemas de interacción es poder observar lo que aparece en los filmes como apariencia de vida diaria sin distinguir.

La crítica, los análisis sobre el cine, las comunicaciones desde cualquier sistema sobre el cine son, al mismo tiempo, observadores de segundo orden que buscan ver distinciones con los cuales el cine opera en sus filmes.

El cine, como parte del sistema de medios de comunicación masiva, observa y no sólo se sabe observado, sino que es su función ser observado. Al mismo tiempo lo paradójico es lo no observable, por lo cual la paradoja del cine es su movimiento en los espacios de lo aún no observado, exige siempre novedad y por lo tanto lo no observado, lo no relatado, siempre amenaza, constantemente busca observar más y eliminar lo inobservable, tarea irrealizable ya que no hay posibilidad de abarcar el infinito ni el flujo eterno de contingencias.

6.1.4 Especificidades comunicativas del cine.

Como se dijo al principio de este trabajo, para observar al cine desde un campo específicamente sociológico es necesario comprenderlo como comunicación. El cine como medio masivo de comunicación es una reentrada de la sociedad en la sociedad, de lo social en lo social, es decir, de la comunicación en la comunicación. Con el sentido, es la comunicación observando su proceso de comunicación, reflexionando en el proceso comunicativo (*Information/ Mitteilung/Verstehen*). Por lo cual el proceso de tres selecciones de la comunicación se hace reflexivamente: La operación de la comunicación cinematográfica observa la selección de la información, la selección de cómo darlo a conocer y de cómo podría ser entendida como comunicación, temporalmente se despliega la comunicación sobre sí misma y sobre cada parte de sí.

También, el cine como comunicación desde esta teoría significa que no es posible una transferencia de sentido. El cine no funciona como un conducto de las ideas del guionista, director o productor a la mente de su audiencia. El cine como comunicación presenta sus observaciones que se vuelven entorno para otros observadores, y ellos hacen distinciones de lo que ven.

La selección de *Information* de la comunicación es sorpresiva. En el cine, al ser comunicación autorreflexiva, esta selección es guiada con el sentido del sistema relato-

fílmico/no-relato-fílmico, que le otorga significado a los acontecimientos emergentes convirtiendo datos en información.

La comunicación cinematográfica, si bien como cualquier comunicación es un evento que desaparece tan rápido como se forma, tiene memoria sistémica y desde la dimensión temporal del sentido (actualidad/posibilidad) la información se selecciona con bastante reflexividad debido a que se piensa en el futuro proyectado como objeto final creado, se piensa en la materialidad de la identidad de sentido que es la película. Debido a este proceso tiene cierta persistencia temporal.

La selección de información en el cine se hace con el lenguaje cinematográfico, con los temas, con las funciones y con los géneros, es decir, con la memoria del sistema. Como se observará, el sistema reflexiona con una amplia y extensa introspección sobre este acto de seleccionar información.

También lo hace con el *Mitteilung*. Esta selección de dar a conocer elige precisamente el canal cinematográfico, con ello también la forma, el modo, la decisión de seguir las reglas del canal, doblarlas o romperlas. La producción de las comunicaciones cinematográficas sigue el sentido de presentar un relato fílmico, las posibilidades para comunicar dentro del cine como relato son inagotables.

La selección ocurre desde el guion, las palabras, la secuencia, la estructura de la historia, la forma de narrarlo, de cómo revelarlo a la audiencia, el reparto de actores como selección que a juicio de los creadores se asemejan más a los personajes descritos, la selección de los lugares de grabación, el vestuario que pueden crear, el maquillaje usado, en general el diseño de producción; también la música usada, el volumen, el tono, diegética o extradiegética, el audio escuchado que puede trastocarse; la edición, el encuadre, las secuencias y los cortes. En resumen, el filme permite que cada cosa pueda ser mostrada de formas distintas, como la frase que se le atribuye a Alfred Hitchcock “en los largometrajes, el director es Dios”. En el caso de películas que no son específicamente de autor, la labor de creación se distribuye, pero sigue siendo una selección de todo lo presentado en el filme.

La comunicación se encuentra completa con el *Verstehen*, el acto de comprenderla como comunicación. La audiencia que ve al cine, que lo atiende y que lo entiende como tal. Y no como en Macondo de *Cien años de soledad* en donde los habitantes no entendían por qué el héroe que una semana aparecía en el viejo oeste a la siguiente era el villano de una película espacial. Entender al cine como comunicación es que los observadores (sistemas) lo comprendan como tal, y no como eventos del mundo físico, biológico, psicológico o de otro orden. El cine no es un evento del magnetismo terrestre, ni una creación espontánea celular o una creación del individuo dentro de su mente, sino social, es decir comunicativo. Para entenderlo se necesita comprender sus características semánticas y gramáticas.

El evento cinematográfico es comunicación desde el sistema social de los medios masivos de comunicación y de forma general se le entiende como tal, así como desde su característica social (alteridad de la comunicación), que se entiende con la diferencia ego/alter

El proceso de tres partes de la comunicación se puede ver claramente diferenciada en el cine, a pesar de que la comunicación realiza estas tres selecciones inmediatamente, el funcionar de los mass media y del cine permiten un análisis más detenido al respecto.

En el cine se ve explícito cómo estas selecciones hacen del mundo un evento comunicativo, del entorno circundante con indeterminación de posibilidades lo convierten en finitud comunicativa en los filmes. El cine aporta a la autopoiesis de la sociedad no sólo información sino también que la comunicación se mantenga en marcha.

Al continuar con la reflexión sobre la radicalidad del concepto de comunicación de Luhmann para fundamentar una teoría general de la sociedad, para el caso del cine es necesario indagar sobre la relación del antihumanismo de la sociedad y los mecanismos simbióticos que permiten el acoplamiento entre cognición, emoción y comunicación. También será interesante ver cómo a pesar de la autorreferencia de la comunicación, las regiones tienen descripciones que aportan a la comunicación cinematográfica, si bien no en cuestión epistemológica sí para la construcción del lenguaje o utilización de este. De igual manera habrá que analizar al sistema de comunicación cinematográfica para observar los

consensos y disensos constantes, ya que no hay una voluntad única que dirige la construcción oficial del cine, a pesar de los intentos institucionales.

6.1.4.1 Emoción como medio de comunicación simbólicamente generalizado y sus mecanismos simbióticos en el cine.

Las preguntas que surgen cuando se piensa en el proceso cinematográfico son ¿la comunicación selectiva regulada por los medios de comunicación masiva es sensible a los disturbios y requiere protección en relación con la esfera orgánica? ¿Existen disturbios derivados de una necesidad orgánica/psíquica que sean absorbidos por mecanismos simbióticos?

Para responderlas, otra vez nos remontamos al sistema de los medios de comunicación masiva. Este tiene el código de informable/no informable, también conocido como informativo/no-informativo. ¿Cómo se desarrolla el interés de conectarse a esta comunicación?

Como comparación está el sistema ciencia. En su código verdad/no-verdad usa así mismo la Verdad como medio de comunicación simbólicamente generalizado, sus operaciones se direccionan al conocimiento establecido como verdadero. Para distinguir y describir el medio generalizado que usan los mass media en sus tres campos programáticos -noticias, publicidad y entretenimiento- podemos extrapolar ligeramente la tríada de Foucault de Poder-Verdad-Saber para distinguir entre Verdad/Saber. Esta distinción es entre sistemas que observan, y por un lado como un *Conocimiento Verdadero* desde el sistema de la ciencia (construido con sus procesos internos con el mecanismo simbiótico de la percepción con estricta metodología) y un *Saber informativo* desde el sistema de los mass media (construido por sus procesos internos y sus campos programáticos con el mecanismo simbiótico de percepción no metodológica, coloquial y más desde la percepción emocional).

El interés de conectarse a la comunicación de los medios de comunicación masiva se desarrolla con la diferencia de *informado/no-informado*. El público que se conecta puede hacer alarde de estar informado sobre mundo, claro desde la información presentada por los media y sus programas (ya se discutió el papel de la sospecha de manipulación).

Entonces, al llegar al saber por el uso de la información obtenida de los mass media, la aportación del cine -como entretenimiento y arte- se despliega como una experiencia. Coloquialmente se refiere a un llamado «crecimiento personal», como en las novelas escritas. En términos sistémicos, el cine y las novelas son observaciones de segundo grado sobre la vida íntima o pública, sobre la economía, la política, la ciencia y todo lo observable; para el cine sus operaciones se realizan con su sentido en forma de relato cinematográfico. El saber que se crea por la información de los medios masivos no es verdad en términos científicos, pero es usado para distinciones posteriores.

Dentro de esta perspectiva el cine comunica ciertos saberes ligándolos “a percepciones accesibles a todos y en cada momento” (Luhmann, 2015:60-61). Ante la gran improbabilidad de este proceso, es necesario que se establezca con un mecanismo.

El mecanismo simbiótico de *necesidades* se busca satisfacer con el medio dinero, si el cine tiene un precio en dinero, ¿qué necesidad busca satisfacer? ¿Placer, altanería de conocimiento, distracción, arte, moda? “Las necesidades no necesitan justificación, son consideradas cuestiones privadas” (Luhmann, 2015:54). Indagar sobre esta pregunta sería volver al humano concreto como evento en su infinidad de personalidades y preguntar a cada uno. El camino metodológico lo establece Luhmann cuando describe al amor como código simbólico que tiene la tarea específica de “posibilitar, atender e impulsar el tratamiento comunicativo de la individualidad” (Luhmann, 1985:15), por lo cual el tema con enfoque social -comunicativo- sigue estando presente.

Pero lo anterior se puede direccionar haciendo otra pregunta sobre el tema, ya que se puede observar desde un distinto punto: ¿cómo se produce el cine?

Deleuze y Guattari mencionaban al principio de su libro *Anti-Edipo* que no existe verdadero consumo. En un mundo de producción (producción de sentido, producción de símbolos, producción de realidad) también el consumo es producción de consumo. Por lo tanto, lo novedoso para preguntar sobre la relación de consumo de cine sería direccionar la observación hacia cómo se produce el cine. Así es cómo se ha intentado guiar la investigación presente. Para poder preguntar si es que existe un uso predominante de algún medio de

comunicación simbólicamente generalizado en el cine, se requiere observar su producción de consumo, esto sería la dimensión social del sentido del cine.

¿Cómo el cine realiza específicamente el acto de dar a conocer su información seleccionada? Al indagar si el cine usa alguno de los cuatro medios de comunicación simbólicamente generalizados ya mencionados, se opta por construir uno nuevo. Se puede pensar en entretenimiento, estética, diversión, identidad o ficción cuando se busca un medio generalizado, pero en este análisis sistémico se ha predominado el medio simbólico de *Emoción* con el mecanismo simbiótico de la *Percepción emotiva*.

En una equivalencia funcional del cine en cuanto a su medio simbólico se encuentra la montaña rusa -constante referencia cuando se describe una película emocionante-. La montaña rusa tiene un mecanismo simbiótico con el cuerpo, se hace desde el entretenimiento, pero como diversión física. Las observaciones y descripciones pueden estibar del terror a la diversión, pero siempre con el objetivo de instigar una comunicación selectiva al plano emocional.

El cine no se dirige al cuerpo, a pesar de los experimentos de cine interactivo de olor o movimiento de butacas, en general usa una percepción visual y auditiva, pero con el objetivo de plantear situaciones, relatos. Las películas en su calidad general, no la vanguardia artística más radical, se mide en su capacidad de emocionar, y hay tantas posibilidades de selecciones y diferencias como amplia es la gama de emociones humanas.

Basta señalar que el cine comunica información que se direcciona a una percepción emotiva, en forma de relato. Sus elementos buscan la inmersión en un estado de emotividad mientras se vea el filme. Por lo tanto, el cine desarrolla su tema con la *emoción* y así logra que se generen y enlacen nuevas comunicaciones sobre el mismo. Los procesos orgánicos se funcionalizan, y también se institucionalizan por sistemas de organización.

El cine y la música son referentes comunicativos que evocan emociones específicas, pero no las crean o transfieren. Estos referentes se extienden en el tiempo y así estabilizan la comunicación. Las películas y las canciones reducen complejidad emotiva. Se puede hablar

de la diferencia del plano simbólico y orgánico estabilizado (Luhmann, 2015:62) sin que se quiebre el concepto de comunicación antihumanista. A comparación, la emoción dentro del creador o del espectador cinematográfico, así como la identidad, “no se debe ni se puede comunicar” (Luhmann, 2000:90).

Por esto la *emoción* es una institución semántica que hace posible el éxito de la comunicación. Permite el entendimiento y produce nuevas diferencias. No sólo algo puede ser emocionante, también se pregunta consecuentemente qué emociones provoca. Aunque no transmite la identidad de un estado, facilita el proceso comunicativo.

6.1.5 Memoria del sistema cine.

El sentido del cine es la diferencia relato-fílmico/no-relato-fílmico, en las operaciones que lo producen y lo utilizan, así mismo reproduciéndolo, cuando da narrativa a las emergencias del mundo le otorga su sentido de relato al mundo caótico circundante.

Una vez diferenciado el código comunicativo que le da sentido a las operaciones hechas con esta intencionalidad paradójica, el cine se tiene que construir constantemente para que pueda existir como tal. En un sistema las operaciones no pueden cambiar, son tan fútiles y efímeras que es imposible; lo único que cambia, lo que es dinámico es la estructura, esto significa la programación, ya que es ella la que realiza las operaciones.

“La diferencia entre codificación y programación equivale, en la reflexión del sistema, a la diferencia entre identidad y diferencia” (Luhmann, 2000: 103). Entonces la programación del cine contiene las constantes diferencias de selección de información. Estas decisiones se hacen siguiendo al sentido que dirige las futuras operaciones, pero este proceso requiere de memoria.

La memoria del cine permite las operaciones con las cuales se construye a sí mismo. Existen diferentes subcodificaciones -programas internos- que permiten construir nuevos filmes, ya sean siguiendo las fórmulas establecidas o buscando innovación en su forma o estructura.

Antes de continuar la descripción de la memoria cinematográfica es necesario recordar la ubicación del campo programático del cine dentro de la sociedad.

El sistema sociedad tiene interacciones, organizaciones, sistemas sociales diferenciados y movimientos sociales. Los mass media son un sistema social diferenciado que sigue al código comunicativo de informable/no informable. Este sistema tiene tres campos programáticos -programas que facilitan la selección de información utilizando su código como sistema-, son las noticias, la publicidad y el entretenimiento. El programa entretenimiento tiene subprogramaciones, entre otros están el deporte, las series televisivas (también incluye telenovelas y reality shows), talkshow sobre cualquier otro campo, videos musicales, cortometrajes y largometrajes fílmicos. Estos dos últimos, entendidos con la palabra *películas* (debido a su origen en la cinta del celuloide), son subprogramaciones que seleccionan la información siguiendo todos los procedimientos con origen en el sentido de comunicación cinematográfica ya descrito en el apartado anterior.

El entretenimiento en la actualidad no está centralizado exclusivamente en determinados sistemas de organización ni instituciones globales. El Internet posibilitó la creación de contenidos de entretenimiento ahora disponibles en las diferentes redes sociales o plataformas diseñadas para compartir nuevos materiales, como YouTube. Justo como pensaba McLuhan, la sociedad como aldea global está organizada más a manera de un circuito electrónico sin centro, y esto es coherente con la visión de sociedad de Luhmann, que considera inexistente un único sentido social que le dé eje a la sociedad como un todo.

Las películas son lo mostrado de la entropía de la comunicación cinematográfica. Las películas son identidades de sentido originadas en un nuevo código: relato-fílmico, diferenciándose dentro de la subprogramación del entretenimiento. A diferencia del mundo, las películas tienen un fin y un final determinado. Son episodios en la realidad considerados juegos sociales y, similar a los rituales, su realización (proyección) les añade valor.

Las antiguas películas seriadas, que debido a su corta duración y el interés del cine de posicionarse como un medio comunicativo al cual conectarse, creaban *cliff hangers* para que

la audiencia asistiera a la siguiente proyección. Ahora resurge esta práctica con los universos cinematográficos y sus reconocidas escenas postcréditos.

Ya localizado el cine como subprogramación del entretenimiento de los mass media de la sociedad, existe una memoria que realiza la estructura de este sistema. Esta memoria contiene al mismo tiempo subprogramaciones específicas del cine. Son las Identidades de Sentido, el Lenguaje Cinematográfico, los Temas, las Funciones y los Géneros Cinematográficos. A continuación, se describirá cada una de estas programaciones de la memoria del cine.

6.1.5.1 Identidades de sentido en el cine.

El procesamiento de información que se da con la memoria del sentido del cine produce identidades de sentido, que en este caso es la construcción de una aparente unidad coherente narrativa cinematográfica.

Como ya se habrá deducido, las identidades de sentido, como objetos autoproducidos por el sistema cinematográfico, son las películas. Recuperando la argumentación teórica del sentido que puede producir objetos físicos, la dirección de este código en el cine son los filmes mismos como unidades que condensan la comunicación. Ya sea en celuloide o digital, las películas son la característica material del sistema, en ellas se encuentra su proceso de construcción de sentido y su memoria.

Los filmes son el sistema materializando instantes reconocidos, como los libros al publicarse, las obras de arte que una vez finalizadas se ponen al alcance de la audiencia, o las tesis de licenciatura que tienen que llegar a un final declarado. Las operaciones, una vez expuestas en películas, continúan la comunicación de otra manera. Pero los motivos del autor o productores deben quedar explicados por sí mismos en la película, por ello requieren de altos grados de comunicación.

Así, el cine construye una realidad con ese excedente de comunicación. Su peculiaridad reside en su limitación temporal. La realidad del cine tiene un inicio y un final. Este lapso se ha ido extendiendo cada vez más a través de los llamados universos cinematográficos que han alcanzado varias decenas de horas (poco más de 50 horas de las películas de Marvel),

pero si se considera que las series televisivas se extienden a cientos de horas (de las series más largas cuenta con poco más de 239 horas, casi diez días seguidos de ver la serie sin interrupción) o inclusive series con un ciclo argumentativo definido, principio y final que sigue un mismo personaje en su desarrollo narrativo (se han tratado de 48 horas y media con *Breaking Bad*), entonces con estas ampliaciones la construcción de realidad tiene cada vez más información que procesar dentro de sí misma.

Las identidades de sentido no son únicamente los filmes, pueden ser las críticas, las opiniones, las reseñas y comunicaciones sobre el cine. Clasificaciones, géneros e inclusive los premios que cumplen con ese sentido o lo cuestionan.

El proceso del cine no tiene una finalidad última en la película, es decir, no hay que observar el proceso como una finalidad. Hay una continuación infinita de contingencias al no buscar un número finito de películas existentes. Las películas son eventos como los humanos, pero con la diferencia en duración y permanencia, la primera de unas horas y la segunda como comunicación se ha extendido, en sus casos más antiguos, por poco más de un siglo.

Con la diferencia *eventos/unidades-estables-en-el-tiempo* se crea una nueva visión de la sociedad y sus fenómenos. Con ella no se remite simplemente a la diferencia tradicional de inmanencia/trascendencia en el significado de una permanencia eterna, sino sólo a cierta estabilidad de estructuras a través del tiempo. Mientras que los eventos son apenas instantes en el transcurso temporal. Los eventos son átomos, células, hombres y estrellas. Las unidades estables en el tiempo, con una duración más amplia, se diferencian de los eventos contingentes. Así, considerando a los humanos como eventos, se rastrea al cine dentro de la tradición de los mitos, de las épicas, de las epopeyas y de las novelas. Con sus características especiales, el cine registra los eventos y los presenta como comunicación y como unidades de identidad, más estables en el tiempo si bien no eternas.

6.1.5.2 Lenguaje cinematográfico.

El lenguaje fílmico es una diferenciación semántica establecida en la sociedad desde los primeros creadores que se les puede denominar cinematográficos: George Méliès, Alice Guy Blaché, D.W. Griffith, Edwin S. Porter, Robert W. Paul, George Albert Smith, James Williamson, Carl Theodor Dreyer, Lev Kuleshov, F.W Murnau, Sergei Eisenstein, entre muchos otros y otras.

Desde ellos la historia del cine ha tenido incontables innovaciones, movimientos y creadores, lo que ha llegado a establecer en la actualidad un lenguaje, una forma estructurada de comunicación, específicamente narrativa audiovisual. Contiene tanto elementos como relaciones entre ellos, así logra una gramática propia como relato en su misma sintaxis.

El cine forma parte del sistema social que observa y comunica información para que se establezca un saber sobre el mundo. El cine construye ese saber a través de la difusión de sus selecciones de información. Aunque no podemos hablar de *aguas profundas* de reflexión en el saber de los medios masivos de comunicación, el proceso de propagar comunicación permite una amplitud del cine en la comunicación de la sociedad. Esto se comprueba con las constantes referencias al cine y los debates que giran en torno a la producción y proyección de los filmes cinematográficos.

El médium cinematográfico, como los mass media, se forma como sistema que se diferencia de su entorno con la coevolución de la tecnología que lo hace posible. No así sus selecciones, el código de comunicación cinematográfica que selecciona información emotiva en forma de relato logró características propias complementándose con la tecnología. La tradición de la obra de arte en pintura, música y fotografía, aquellas con siglos de antecedente y esta con notable captura de realidad, permiten la amalgama única que fue la técnica cinematográfica.

En el cine el rompimiento de interacción comunicativa inmediata, la ausencia de posibilidad de respuesta en el mismo nivel lleva a selecciones de comunicación que estructuran las formas fílmicas en una especificidad que sea lo suficientemente clara y auto-explicativa para que sea comprendida como comunicación. Esto ha construido el ahora

entendido como lenguaje cinematográfico, acoplamiento entre la producción del relato, la emisión y la comprensión de este. Este lenguaje cinematográfico es la autoorganización del sistema resultado de sus altos grados de comunicación, su conjunto de reglas que resuelven la paradoja de informable/no informable y su complemento de relato fílmico/no relato fílmico.

Podemos catalogar los elementos del lenguaje cinematográfico en Historia, Diseño de producción, Color, Cinematografía, Edición, Sonido y Música. Las variaciones entre estos elementos y las diversidades de desiciones que se pueden tomar sobre ellos para crear una identidad de sentido son tan diversas que crean por sí mismas complejidad.

Estos elementos son la memoria del cine en tanto guían sus operaciones. Al mismo tiempo, la memoria del cine también son las reglas de creación para lograr una *buena* película, es decir la gramática necesaria para lograrla atrayente, significativa, emotiva, polémica, premiada o taquillera, dependiendo de las funciones del cine mismo.

Historia.

Las selecciones del cine se dan desde la configuración de una historia estructurada. Aquí el código mismo del cine refiere al relato narrativo, y como tal el precedente es antiguo: la novela, el teatro, la ópera, los juglares, los cantares, las épicas, las epopeyas, los cuentos, las fábulas, las leyendas y los mitos. El intento de la humanidad de dar un sentido al mundo tiene como correlato la unidad narrativa. Los problemas que angustiaban a las civilizaciones se muestran en una genealogía de sus textos, hay que recordar la epopeya de Gilgamesh que pone el tema de la mortalidad como parte de la condición humana desde hace casi seis mil años.

Sería pertinente una genealogía del relato cinematográfico que trascendiera su tecnología, sin embargo, aquí es suficiente ver cómo estos géneros literarios en su mayoría tienen una equivalencia funcional con el cine.

Un estudio que habla de las cualidades funcionales de los mitos y leyendas es *El héroe de las mil caras* (1949) de Joseph Campbell, mismo que ha sido referente para analizar la estructura narrativa de las películas (vemos que el viaje del héroe relatado por Campbell es casi una guía para ver cualquier película de Pixar).

En el libro Campbell argumenta desde la antropología funcionalista que el sentido de los mitos, al igual que los rituales y ceremonias, consiste en ayudar a los participantes, escuchas y observadores a atravesar el umbral de una etapa a otra de maduración y a enfrentar retos propios de la humanidad.

Campbell designa en su texto un apego por la heroicidad en las narrativas de la humanidad, la estructura de las historias en general, ya sean literarias, orales o cinematográficas, se mantiene con un o una protagonista que se enfrenta a obstáculos para lograr una determinada meta.

Ya sea con habilidades físicas sobresalientes, con voluntades inquebrantables o con una inteligencia superior, las y los temerarios individuos ofrecen una imagen de ídolo, de líder y guía. Así no importa cuál sea el modelo para seguir, lo que se observa en estas películas es la comunicación de un sentido por medio de la estructura clásica de los mitos. Esta estructura se ha observado en los guiones cinematográficos más variados, e inclusive se fomenta a ello en diversos materiales para escribir cine.

Si en la antigüedad los dioses de los mitos eran modelos para seguir en parte se debe a que eran reales para los creyentes. En la actualidad se sabe ficticio a los superhéroes, pero se acercan más a un mito secular de la nueva era moderna al presentar arquetipos, así para Israel Ruiz Arreola en su artículo *Sobre las películas de superhéroes* (Ruiz Arreola, 2016).

Con la selección de información para configurar la historia, el cine logra la construcción de realidad como construcción de sentido.

También el cine es capaz de lograr una observación de sí mismo en este elemento, como en todos los demás de su mismo lenguaje. Así logra extender los límites de su observación y doblar o quebrar las reglas establecidas para contar historias, viendo su misma paradoja y realizando la eurialística. Una técnica de esta última es, por ejemplo, al observar sus historias siempre establecidas con protagonistas, entonces crea una narración posible al quitar el protagonista o cambiarlo por objetos, como colectivos o temas.

También puede cambiar la forma de comunicar su historia como una secuencia lineal de tiempo, y mezclar indiscriminadamente en cualquier dirección. Historias paralelas que cambian la estructura de la historia, en reversa o sin un orden aparente. Con ello muestran las distinciones de los observadores de causa y efecto como formas de ordenar sus observaciones y, una vez más, despliegan la paradoja de forma creativa.

Otra reentrada más del cine es cuando se observa como entretenimiento, con sus distinciones de drama. Por el otro lado, puede lograr crear nuevos contenidos con lo que se consideraría con poca acción para sus estándares, mostrando lo normal de la vida presentado en el cine con una continuidad que rompe con lo discontinuo de sus funciones.

En un extremo también se encuentra la capacidad del cine de romper la categoría de causalidad, de la coherencia de la narrativa. Con el cine surrealista o su poder presentar historias similares a los sueños que quiebran las causalidades lógicas de ver al mundo.

Diseño de producción.

Este elemento selecciona la información que se presenta en el filme. Cada detalle es considerado, desde las locaciones, la vestimenta, los objetos presentes, la iluminación y los llamados *theatrical property* (props, objetos con interés narrativo).

El diseño de producción se hace siguiendo el código fílmico, busca lograr la inmersión de la audiencia en su relato.

Usualmente el filmar al mundo se hace de una manera fidedigna, una visión considerada transferencia de lo real a la ficción para no descubrir lo ficticio. Basados en la distinción

artificial/naturaleza, como una creación-humana/no-creación humana, el arte se identifica como artificial, como creación según una corriente empezada por las ideas opuestas de Platón y Aristóteles, el arte busca la mimesis, imitar a la naturaleza. Así en el cine en su mayoría, crea una ilusión de ser una observación de primer orden de la naturaleza, de que todo lo que aparece en la pantalla es entorno por observar, caótico y emergente, pero ya es una selección hecha en específico desde el elemento de diseño de producción en la memoria del sistema.

También se puede observar la misma paradoja del cine en este elemento y mostrarlo de forma diferente, con el inicio en el expresionismo alemán, el cine ha reinventado muchos usos del diseño de producción para romper con la mimesis, como arte siguió el ejemplo del impresionismo, cubismo o dadaísmo. Aunque no suele ser estandarizado en el cine, siempre existe su probabilidad como diferenciación de los contenidos.

Color

La selección de información en el cine va hasta el aspecto de qué colores mostrar. De forma similar con el elemento anterior, el cine sigue en muchas ocasiones la mimesis al usar el color en las películas. Sin embargo, con fines narrativos o estéticos, se han usado modificaciones artificiales al color, desde retoques digitales, filtros y crear una distintiva paleta de colores mostrados en la pantalla, cualidades no encontradas usualmente en el mundo circundante.

La nueva distinción de romper esa regla cinematográfica es mostrar alteraciones de luz, color, imagen, como estrobos, distorsionar deliberadamente para explorar nuevas estéticas y narrativas mismas.

Cinematografía

Del inglés *cinematography* muchas veces se traduce simplemente como fotografía. Pero es evidente que el cine no es una serie de fotografías estáticas. Su cualidad tecnológica única es la ilusión de movimiento y por lo tanto el uso del movimiento en la cámara. Por ello la cinematografía es la fotografía y el movimiento de la cámara o de los elementos mostrados

dentro de su encuadre, aquí se incluyen todas las decisiones de mostrarlos en diferentes tipos de cuadros y movimientos.

Si bien la tecnología fue una necesidad para el origen de este sistema cinematográfico, ya hubo intentos en el arte de capturar el movimiento. La tecnología disponible en las épocas pasadas precisamente imposibilitaba un registro del movimiento, pero los esfuerzos se notaban desde ciertos artefactos lúdicos hasta el impresionismo de Edgar Degas, para dar la ilusión de ver el movimiento, inclusive hasta las pinturas rupestres pueden considerarse el registro de escenas propias que emulaban el movimiento.

Como medio masivo de comunicación, esta selección de información deriva en cuestiones teóricas ya tratadas en esta tesis: el *framing*. Es muy importante decidir qué se muestra y qué no se muestra, tanto para cuestiones narrativas como las filosóficas o socioteóricas.

La eurialística propia del cine respecto a este elemento es buscar posicionamientos de la cámara nuevos, perspectivas nunca utilizadas o imposibles para el observador humano, tanto en secuencias de las escenas como en las usadas consistentemente en diálogos.

Edición.

Si los Lumière permitieron la captura de movimientos, el cine inicia con la edición, con el uso que Méliès le dio para contar historias o mostrar ilusiones visuales. La edición le da estructura al cine, es precisamente la *forma* de relatar sus historias.

Todos los elementos de la memoria que construye este sistema para tomar las decisiones son importantes, y sin embargo la edición sobresale para configurar el filme. La diferencia entre realidad y ficción antes del sonido en la historia del cine se perfilaba con la posibilidad de edición, desde Méliès, la teoría de Eisenstein y el efecto Kuleshov. El relato con el mecanismo de la emoción depende mucho de la forma en que es contado. Por lo cual las selecciones que se realicen desde la edición tienen repercusiones fundamentales para la memoria del sistema.

Con el movimiento de la Nouvelle Vague, se mostró la posibilidad de cambiar la estructura de selección de los elementos de la edición. Con cortes sin aparente motivo, que señalan el uso de la edición para mantener una semántica cinematográfica que se puede modificar, justo como Vicente Huidobro lo hizo en el poema *Altazor* al llegar a desestructurar el lenguaje mismo. Por ello la edición es tan importante para el lenguaje cinematográfico como una gramática.

Sonido.

Como tecnología audiovisual, la selección de sonido es muy importante para relatar las historias y para el código mismo. Las posibilidades de decisión y comunicación son únicas en su potencialidad de resaltar sonidos que de otra manera no son perceptibles. El cine es creación hasta en la selección de sonido que se utiliza, que usualmente son creados de formas diferentes a las vistas en la imagen.

A menudo el sonido es relegado a un segundo plano, pero con el sonido la creación cinematográfica de realidad ficticia se logra. El sonido resalta las imágenes y direcciona nuestra percepción.

Es fácil que pase desapercibido porque en la experiencia no cinematográfica se escucha directamente de acuerdo con el plano físico disponible, pero hay que recordar que todo en el cine es artificial y como tal una decisión de qué se escucha, cuándo, qué tan fuerte y con relación a qué. La turbina de un avión puede susurrarse mientras la caída de un alfiler es lo más estridente que jamás se haya escuchado, si es que sirve para la narrativa del relato.

Música.

De igual manera, la música es un importante elemento del cine, usado como catalizador para provocar emociones y dar contexto a ciertas imágenes. Las situaciones pueden ser vistas de formas muy distintas dependiendo de la música utilizada.

Su importancia no es solamente en seleccionar qué música se escucha, sino en relación con qué imágenes muestra.

La música independientemente puede ser entendida como experiencia que evoca o infinidad de sentimientos, imágenes, ideas o recuerdos. Como tal se potencializa su uso con un contexto, o inclusive a contraposición del contexto mismo.

Para finalizar, las cualidades especiales que permite el cine por su mismo lenguaje audiovisual narrativo permiten romper las reglas de cómo la mente humana presenta imágenes y sonidos, como si fueran vistos por primera vez sin concepciones lógicas o sentidos establecidos. Esta es la paradoja más sublime de la que es capaz el cine, la diferencia entre la percepción sensorial y la adjudicación de sentido.

Esta eurialística se clasifica como el sin-sentido de Deleuze, con el cual siguen comunicando sentido desplegando las paradojas con ayuda del tiempo, para volver a crear distinciones, señalar el lado ya señalado, desde una contraposición.

En el lenguaje del cine se observa que prima el intento de mantener la apariencia de ilusión, una ficción que es por sí misma falsa en cuanto creación artificial de eventos que no surgen sin intervención. Una operación de autoobservación del cine es, lo que se llamó, *romper la cuarta pared*, con prestaciones semánticas del teatro, famosamente utilizado por Bertolt Brecht. En el cine con nuevas herramientas también se hizo posible develar la ilusión misma y con ello mostrar sus observaciones del proceso mismo con diferentes motivaciones dependiendo del observador o creador cinematográfico, en ocasiones como comedia, como reflexión filosófica o como crítica.

La combinación de todos estos elementos, su trasgresión, sus relaciones, sus yuxtaposiciones o flexiones son los que le dan un estatuto de lenguaje fílmico propio. Una reducción de complejidad y al mismo tiempo creación de una complejidad interna.

6.1.5.3 Temas.

El cine como medio de comunicación masiva contribuye a construir *lo que sabemos del mundo*. Lo realiza directamente cuando en sus identidades de sentido se expresan observaciones de eventos de la sociedad (películas basadas en hechos reales) y también en su forma completamente ficcional (cuando presenta relatos para observar a otros observadores realizar decisiones).

Con el recorrido ya expuesto sobre los cánones de la teoría de masas, precisamente se concluye que los medios masivos funcionan de esta manera y no se permite caer en las deficiencias explicativas de otras perspectivas, al menos no con la arquitectura conceptual de sistemas.

Las operaciones del cine seleccionan información de acuerdo con su código y con su programación específica (lenguaje cinematográfico). Posteriormente se realiza el acto de dar a conocer esa información a través de la difusión masiva. Por ello necesita de los temas, estos son programas para organizar y facilitar el proceso de reproducción de comunicación, una especie de paquetes de información.

Estos temas, como observaciones, se imponen como tópicos para desarrollar más comunicación en la sociedad. Su realización desde los mass media implica su aceptación, y a diferencia de las dificultades para hacerlo desde otros sistemas, el cine cuenta con la narrativa audiovisual para lograr una organización y simplificación de la complejidad de información.

Los temas, como ya se describieron en el apartado de la teoría, son la heterorreferencia del cine hacia la sociedad. Son las observaciones que un sistema hace de su entorno. En este caso las observaciones de todo aquello que no es un relato cinematográfico, descripciones de la sociedad que el cine como medio masivo realiza. Ante la complejidad y las posibilidades de información prácticamente infinitas, los temas adquieren importancia especial debido a la operatividad de este sistema en particular. Por lo cual el cine utiliza los temas para observar y comunicar lo que ve.

Los temas son la constante reflexión del sistema de *qué es interesante*. Qué película resultará lo suficientemente llamativa para ser vista, para atender a su proyección en lugares específicos o dedicar tiempo para verla en otras plataformas. Es la constante selección de elegir una película y no elegir las demás. Debido a la variante de tiempo en la teoría de sistemas, para esta selección y para la exigencia de información en la sociedad, el concepto de temas facilita la decisión cuando ellos mismos deben permanecer, proseguir o cambiar, y con ello se selecciona la información que se comunica. Una relación de los temas con el campo programático de la publicidad es que intenta comunicar ideas, signos, pero lo hace por medio de las experiencias que relatan esos signos.

Esta comunicación que realiza el sistema de los medios de comunicación masiva es la universalización de su función de observar su entorno, la información está a su alcance y en potencia para ser observada. Los temas generalizan información para ser observada por diferentes sistemas sociales, de acuerdo con la clausura operativa no hay transferencia de información, por lo tanto, estos temas, sin ser acoplamientos estructurales, tienen posibilidad de irritar a otros sistemas con una aceleración en la comunicación entre sistemas. Los medios masivos tienen potencial único en la sociedad debido a su código y su tecnología, los temas propuestos por el cine en cuanto medio masivo alcanzan a la sociedad con su uso.

La morfogénesis de los temas en el cine se da en el proceso de selección de información. Desde que se selecciona la historia o la idea que buscará comunicarse por el lenguaje cinematográfico, se condensa la información en temas identificables. Con ello, el cine selecciona la forma en que el tema se va a relatar, guiando todas las operaciones de selección de información y así los contenidos son preorientados al entretenimiento o a su forma artística, siempre desde los mass media.

El tema continúa su morfología en las operaciones del sistema de relato-fílmico. Después de la selección de información, el acto de darlo a conocer se complementa con el uso del medio de comunicación simbólicamente generalizado de *emoción* y con su mecanismo simbiótico correspondiente, la *percepción emotiva*, desplegado en el lenguaje cinematográfico.

Los temas que se proponen son elásticos, i.e., no son una materia que deba seguir una comunicación estricta con normas y reglas de comunicación al respecto. Siempre y cuando sigan permaneciendo o evolucionando, los temas pueden abarcar diversos tipos de comunicación. Un mismo tema puede ser tratado por diferentes películas de distintos modos.

Al mismo tiempo, en el cine hay una diversificación de temas, tanto en un mismo filme como en la gran variedad de películas que existen en el mundo. Se les suma la constante renovación, de acuerdo con su funcionamiento como medio masivo de comunicación. Hay tantos temas de la sociedad que pueden ser tratados por el cine como contingencias en el infinito.

La característica peculiar del cine en el tratamiento de los temas es su presentación de información como *escenificación*. Todo el programa de lenguaje cinematográfico direcciona las operaciones a realizar un relato por medio de escenas, secuencias y capítulos, así el cine tematiza siguiendo sus selecciones del lenguaje. Al mismo tiempo es posible que se tematice sobre cualquier detalle que aparezca en la escena, si bien el lenguaje cinematográfico tiene significados propios, es posible interpretar ambiguamente gracias a su lenguaje analógico.

La relación que existe entre el relato y el tema tiene varios niveles de análisis. Primero, en el cine hay una diferencia entre lo que acontece en una película (historia) y de lo que trata (tema). Y al mismo tiempo se desarrolla una paradoja que une esta diferencia, en donde la historia sirve para presentar y profundizar el tema. Usualmente es entendido al tema como un motivo explícito con el que un creador o creadora cinematográfica (guionista, director o productor) relata su película y esta lo muestra, ya sea evidente o escondido para decodificar. Por ejemplo, *Magnolia*, película de 1999 escrita y dirigida por Paul Thomas Anderson. En ella se muestra cómo diferentes historias se van entrelazando sin una conclusión aparente. Cuando Charlie Rose, en una entrevista, le preguntó al creador sobre qué trata su película, éste le señaló que, si se podría clasificar de alguna manera, es con el tema de la relación con los padres. Así, el tema explícito descrito por el creador de este filme es la relación con los padres. Este, similarmente como en la mayoría de las películas, es el tema central, y sin

embargo la película puede tener varios temas que explorar. Aquí la característica comunicativa de seleccionar un tema cuando se crea un filme.

Para John Yorke, en su libro del 2013 *Into the Woods. A five act journey into story*, en el tema hay una teoría postulada, un argumento explorado y una conclusión alcanzada, con ello existe una exploración activa de una idea, una premisa por explorar; en última instancia el tema es una pregunta. Por lo cual las películas, al comunicar en temas, plantean preguntas a la sociedad que intenta responder, pero siempre hay posibilidad de que otros observadores la respondan de una manera diferente. El cine enseña a realizar observaciones de segundo orden. El cine incita a una eurialística.

Las películas, en cuanto relato-fílmico, contienen la historia de alguien o algo. En los relatos casi siempre se cuenta con la predominancia de un o una protagonista. Aunque hay excepciones, es difícil encontrar historias sin protagonistas, hasta en el cine de Eisenstein el protagonista eran colectividades y en Vértov una ciudad. La relación entre protagonista y relato es una cuestión que va desde la lengua, en donde se piensa en un sujeto y un verbo para hacer una frase, hasta lo ya descrito por Aristóteles y Joseph Campbell.

En las selecciones que estructuran los relatos fílmicos hay una relación más cercana entre el protagonista y el tema. Para K. M. Weiland, expresado en su libro de 2016 *Creating character arcs*, el arco del personaje está estrechamente relacionado con el tema de la película. El arco del personaje se entiende como el cambio interior señalado por Campbell. Cuando en los filmes se presentan las creencias, las motivaciones e ideales de los personajes a través de sus diálogos o acciones usualmente se hace para que se observe su cambio en ellos o en la situación a lo largo del filme. Esta selección se puede hacer con sutilezas para ser decodificado con un sentido artístico, también se puede hacer rápido y directo para pasar a la situación más entretenida o inclusive se puede malograr.

El cine, como la literatura, permite mostrar varios personajes y situaciones para mostrar diferentes perspectivas respecto al tema del filme. Esto muestra otra característica de los relatos: el *conflicto*.

Otra forma de crear una historia es relatar un conflicto. De esta forma resulta entretenido ver luchar diferentes posicionamientos sobre el tema explorado en una película. El cine tiene el potencial de mostrar estos conflictos no sólo con diálogos, sino en situaciones, en acciones, es decir decisiones que realizan observadores.

En cuanto se presenta un punto de vista sobre un tema, siempre se contará con su ausencia, con lo opuesto y el posible conflicto que de ello deriva. La eurialística posible del cine es que una película puede contener en sí misma los argumentos de su oposición, así resulta más entretenida al mostrar un conflicto en su mecanismo de percepción emotiva. Hay que recordar los conflictos ampliamente discutidos en la literatura que también guían al cine: la persona contra otra persona, la persona contra sí misma, la persona contra la naturaleza, la persona contra lo sobrenatural, la persona contra la sociedad, la persona contra dios y la persona contra la tecnología.

El conflicto no sólo se encuentra dentro de la pantalla, también los temas presentados se dirigen a la *polémica*. Como medio de comunicación masiva, el cine se beneficia de la polémica al crear interés por conectarse a su comunicación.

Aunque existan limitaciones jurídicas, políticas o morales, siempre existen películas que se alejan de la estandarización del Mainstream y tratan los temas recónditos, desde cine gore a la pornografía más violenta. De ahí las preocupaciones sobre la tematización de las películas que al observar los códigos morales se carece de ética. Las funciones son las mismas pero los temas son diferentes, y es posible observar el mismo tratamiento de temas aceptados como de temas designados como incómodos o peligrosos.

La heterorreferencia y el código de los medios masivos hacen circular constantemente más información que permite evidenciar esos rincones oscuros a los cuales no se solían observar. La cuestión está en la observación desde dónde y cómo se describe aquello que los medios observan. El cine sigue su propio código y hace fílmico cualquier evento para comunicarlo, sin contar más que con su mismo sentido. Por lo cual no es que extienda los límites de lo que se acepta en la sociedad, como se ha mencionado mucho, sino comprueba

qué tanto interés hay por conectarse a comunicación polémica que después será discutida por incontrolables observadores.

Un aspecto similar a la polémica que se genera por los temas del cine es la heterorreferencia que se podría catalogar como *denuncia*. La información que se selecciona y se tematiza con un interés de una llamada responsabilidad social. La difusión de temas que, para el observador, la sociedad necesita saber. La crisis ambiental, los abusos de autoridad, acoso sexual gravemente normalizado, situaciones de crisis humanitarias en diversos países son algunos de los temas que se mediatizan por el cine de entretenimiento y ya no sólo por las noticias o documentales.

La operación de observación aquí se utiliza al mostrar masivamente temas que antes estaban restringidos por obstáculos impuestos debido a la tecnología. En la actualidad hay un potencial virológico para las redes sociales de videos grabados desde celulares que denuncian casos de corrupción o de abuso de poder, desde lo más trivial y trillado hasta evidencias legales de corrupción de gobiernos nacionales; estos videos se reproducen en el campo programático de noticias.

Pero el cine narra eventos conocidos para dar a conocer la historia, el relato detrás de la noticia, como temas de contenido que generan más comunicación, las filtraciones de Wikileaks, Edward Snowden, crisis económicas o denuncias de muertes por guerras, migraciones o crímenes impunes. De esta manera los medios de masa innegablemente claman por la reconfiguración de antiguas formas de funcionamiento de la sociedad al presentar constantemente sus contradicciones ingénitas. Esta es una aportación a la comunicación de la sociedad que el cine dirigido a la percepción emocional logra.

Con el recorrido histórico de la teoría y los conceptos adquiridos a lo largo de esta tesis, no se permite la ingenuidad sobre el potencial del cine. No seamos ingenuos, es visible que la sociedad, y esto significa sus sistemas diferenciados, tienen formas propias de operación que entran en conflicto con los demás sentidos que guían las comunicaciones y con ello las operaciones. El uso de los mass media no es la herramienta que vuelve democrática y transparente a la sociedad. Para apreciar el panorama habría que hacer una diferencia de los

valores que permean ahí. Información manipulada/Información inmaculada, transparencia/opacidad, revelación/distracción, profundización/superficialidad. Hay que pensar estos términos adecuadamente desde la teoría de sistemas, ya que ellos no pueden ser códigos si no se manejan desde un valor positivo y uno negativo. Siempre desplazándose con el positivo, el negativo sólo funciona como amenaza de vacío, como precipicio donde termina toda comunicación. ¿Estas diferencias pueden seguir moviéndose en cualquiera de los dos lados? Imaginemos los dos caminos, una sociedad en donde toda información es presentada tal cual es, donde hay transparencia en todos los niveles de organización y de sus instituciones, y todos los casos subterráneos se revelan y profundizan. Por el otro lado tenemos una sociedad donde los mass media manipulan a todos sus espectadores por la falsedad, la opacidad y sólo se ofrecen distracciones para mantener la superficialidad del pensamiento. Ambas son las perspectivas ficticias que se profetizan desde diferentes autores, dependiendo de su nivel de esperanza o fatalidad, en utopías y distopías.

En las descripciones no literarias, los temas impuestos por los medios masivos, el cine entre ellos, siempre son diferencias para que los demás sistemas sociales observen. Con esas referencias decidirán actuar de acuerdo con sus propios códigos. En la actualidad no hay un sentido que se imponga a los demás, debido a esto no se pueden guiar todas las operaciones ni a la sociedad misma.

Lo que sí realiza el cine, es la *forma* en que presenta de los temas, la edición que realiza. Las películas, a pesar de su clasificación en géneros, no contienen una etiqueta clara del tema que indagan. Cuando se ve un filme se opera intentando decodificar lo que se ve y escucha. Así que se ejercita la observación de segundo orden, como ya Luhmann había mencionado.

La película por sí misma se ofrece como un misterio al principio, como una observación por realizar e interpretar para descubrir el tema. Siempre se exige la participación de un observador ya que su comunicación está diseñada para ser observada. La decisión que toma el creador es presentar temas de una manera disimulada con fines artísticos o inmediata para lograr un entretenimiento directo.

Ya sea la vastedad descomunal de universo ficticio por completo o lo elemental y discreto de un relato individual, al ver una película se entra en una historia ya desarrollada y el espectador, con la orientación del filme mismo, debe de desentrañar qué está ocurriendo, qué relato se está desplegando frente a sus ojos. La realidad ficticia se corta para conformarse como un relato por sí mismo, con un antes no visto y un después que no se verá. De ahí la posible extensión con las secuelas y precuelas, con los comics o literatura sobre esa misma realidad ficticia que intentan cumplir la exigencia de información sobre eso no visto del relato.

La realidad ficticia del entretenimiento creada por el cine puede ser explorada antes de ver la película. Las sinopsis y reseñas son escritos que permiten saber qué esperar de lo que se verá. Estas expectativas también son otras programaciones de la memoria del cine, como el género cinematográfico. Pero también la publicidad, las noticias o todo tipo de indicaciones que consoliden su identidad temática antes de ver la película son formas de crear expectativas y una forma previa de indagar en esa realidad ficticia. La experiencia se consolida cuando se ve el filme.

No obstante, también existen las películas como *relatos abiertos*. Los temas, recordando que son preguntas, pueden explorarse en el cine con esta forma. Los relatos abiertos son historias que no concluyen de una manera usual, en el sentido que su final es muy ambiguo o no ofrece una conclusión a sus principios propuestos. El relato como conflicto del personaje no mostrará el desenlace con un juicio último. Estos filmes presentan la posibilidad de direccionar la mirada fuera de la pantalla, y observar al observador, o continuar la indagación del tema generando más preguntas que respuestas. Ejemplos son *A Serious man* (2009), *Inception* (2010), *American psycho* (2000) y *Birdman* (2014) entre muchísimas otras, como las películas que son un enigma en casi cada plano como *Stalker* (1979) y casi toda la filmografía de David Lynch.

Esto lleva directamente a la siguiente pregunta sobre los temas ¿cómo interpretarlos? Claro que los creadores pueden indicar el tema explícito de su película, así dar el panorama para encontrar su significado pero, *après moi le déluge*. ¿El tema que dice el autor es el

verdadero tema? ¿hay motivos ocultos para el mismo creador? ¿cómo se encuentra la pregunta que plantea la película? ¿cómo se encuentran las respuestas que propone?

El descifrar el tema de las películas provoca tantas observaciones posibles como una marea proveniente del extenso mar de interpretaciones. El cine se vuelve objeto de observación para los sistemas sociales, para los subsistemas o para los sistemas de interacción; también para la filosofía o para cualquier individuo desde su historia personal. Con la posibilidad de la comunicación por Internet, el cine ofrece un referente para que el público comunique sus observaciones sobre el filme y las implicaciones externas de este. Pone en debate más que el filme mismo, los temas dependiendo de los observadores y las interpretaciones de esos temas. De este proceso se retoma la cualidad del cine de presentar temas para posteriores observaciones, así aporta información creando más diferencias y desencadena más comunicación.

Mientras más interpretaciones existan se añade más significado a la película. Ya que a menudo se traduce que el tema es el significado de la película, y por lo tanto se busca develar de qué habla para interpretar su significado como comunicación.

Sobre esto, en una entrevista sobre *Mulholland Drive* en 2001, David Lynch dijo:

Nunca hablo acerca de los temas. Es una gran vergüenza cuando algo está terminado y luego las personas quieren que lo vuelvas a trasladar en palabras, pero esto nunca funcionará, nunca más volverá a palabras y ser lo que la película es. Es como describir una pieza musical, no escuchas la música, sólo escuchas el mar de palabras. Es mejor dejar que las personas conjuguen sus propias ideas al haber visto y experimentado el filme.

De esta manera se interpreta al cine sin la perspectiva de un significado último y superior. Para la música y el cine Lynch recomendaba basarse en los sentimientos y las experiencias más que en las palabras, ya que son dos campos diferentes. Eso no limita que los sistemas sociales codifiquen todo acontecimientos dentro de su sentido, al igual que las personas.

Concluyendo a los temas desde el cine, el marco teórico de una descripción abarcadora de la sociedad permite entender al cine como una disposición que permite el saber sobre la sociedad de una manera autorreflexiva por medio de la tematización. Las operaciones de su observar construyen una realidad inventada que constantemente se relaciona con la realidad real, su relación es comunicar información para posteriores observaciones, por medio de la presentación de temas disponibles para los observadores (sistemas sociales).

El cine como sistema comunicativo constantemente hace una heterorreferencia, aunque también son conocidas las películas que son una autorreferencia al cine mismo en sus distintos niveles, ya sea producción, distribución o proyección. Películas sobre películas, cine sobre cine.

La relación entre los temas y la memoria del sentido es que los primeros son la diferenciación de información y la segunda es la guía con la que se hacen posteriores diferenciaciones, lo que le da estabilidad al sistema. En el cine, como en los mass media y en la sociedad, los temas organizan la memoria del sistema.

La constante renovación de temas que se hace con urgencia establece un permanente estado de crisis, de rompimiento de continuidad en la sociedad. El cine, como medio de masas, crea la necesidad de satisfacer la paradoja de emitir un *juicio sobre la totalidad* y como Luhmann advertía, siempre se buscan más descripciones, por ejemplo, llamar a algo más que lo moderno: posmodernidad (Luhmann 2000:33) y después de él la metamodernidad.

La forma en que la comunicación masiva opera hace describir a esta sociedad como sociedad en vigilia (Luhmann 2000:35), en constante alerta y esperando la siguiente información o los siguientes temas para seguir comunicando. Aunque siempre exista una resistencia a la selección de su información, el cine aporta la comunicación que exige la velación, casi en forma onírica.

El sistema cine realiza heterorreferencias, también sobre las observaciones sobre él mismo, y constituye las *exigencias de información* que considera se le solicitan. Así produce nuevos contenidos o formas de tratar temas distintos, siempre buscando la constante novedad.

Un ejemplo, para no describir sólo en filmes, fue la organización encargada de un autorreconocimiento en forma de premios, la Academia de Artes y Ciencias Cinematográficas, organizadora de los Oscars, decidió premiar a la Mejor Película Popular para la edición del 2019 y poco tiempo después se retractó, lo que muestra que al realizar sus operaciones crean resonancia en otros sistemas lo suficiente como para modificarse constantemente.

El cine Mainstream del entretenimiento de los medios masivos de comunicación tiene la estandarización y por lo tanto sus temas son los que más se imponen en la sociedad. Ha provocado un mayor interés de análisis debido al ser tan vasta su audiencia. La importancia de la pregunta ¿qué tematizan los medios de comunicación? Direcciona otras investigaciones.

Los temas *Permanecen, Prosiguen o Cambian*. El cine busca repetir el mismo tema, evolucionar su complejidad o buscar otro tema. Se busca una recursividad pública, los acoplamientos estructurales de la taquilla o las reseñas críticas sirven para que el cine observe si hay una exigencia de información como necesidad o no la hay, para realizar cualquiera de estas tres operaciones. Desenvuelven expectativas, siempre desde su clausura operativa.

La sociedad son las comunicaciones, el cine comunica explícitamente y lo hace también por medio de los temas. La sociedad se autoobserva de forma general por los temas propuestos por el cine con una constante exigencia de novedad y de relato. Así el cine es la sociedad que produce sociedad. Sin embargo, con una sociedad descentralizada no es posible referir a estos temas como el eje de ella. Son observaciones entre otras observaciones, su particularidad recae en su capacidad de generalizar sus temas y al mismo se convierten en temas de fácil acceso para posteriores observaciones.

Cuando miras largo tiempo a un abismo,
también éste mira dentro de ti.

-Friedrich Nietzsche, *Aforismo 146*
de *Más allá de bien y del mal*.
Preludio de una filosofía del futuro.

6.1.5.4 Funciones del cine.

El cine puede tematizar su propio funcionamiento y comunicarlo por películas. Sin embargo, la autorreferencia es cuando se observa a sí mismo y actualiza sus operaciones. Estas se seleccionan con el código argumentado de relato-fílmico, y como una programación del sistema social de los medios de comunicación masiva, sigue también el de informativo/no-informativo. Por lo tanto, sus funciones en tanto mass media, similares igual al campo programático de las noticias.

Las siguientes son las funciones del cine en cuanto su forma en que seleccionan información. No son exclusivas, ya que siempre podrá haber alguna contingencia que se descubra realice una nueva función que se estabiliza en la sociedad.

Estandarización.

La masificación de la comunicación trae consigo irremediablemente la estandarización. La información que se seleccione, siguiendo su código, lenguaje y tematización, se guía con la función de hacer lo más aceptable para la mayor audiencia posible. Ante todas las diferencias posibles, se opta por la media, sin extremos, para lograr el mayor interés para conectarse a esta comunicación.

La función de estandarización en el cine se observa cuando se adaptan relatos desde otros medios, como la literatura, las novelas gráficas o las óperas. Adaptar desde la estandarización significa preparar el tratamiento para hacer aceptable al mayor público posible. Las decisiones que se tengan que tomar para conformar una película como identidad de sentido, se hacen siguiendo esta función.

Diferenciación.

El cine estandarizado es llamado de entretenimiento mainstream. Y ante el interés de buscar otro tipo de filmes, el sistema mismo hace películas que sean diferentes a lo estándar. Esta función es expresada en géneros o filmes que sean para un tipo de público en especial, con intereses específicos.

Las identidades de sentido que se formen de acuerdo con esta función son en consecuencia de menor producción, en el sentido en que su público es menor. Si la estandarización es un cine para todos (juntos), la diferenciación es un cine para todos (cada uno por separado). Aquí los temas que sigan esta función sí buscan los extremos, pero la función no se dirige exclusivamente a la tematización sino también a la memoria del lenguaje y hasta de su proyección.

Crean distinciones que se subsumen en la estandarización, como lo fueron y son los movimientos y escuelas cinematográficas como diferenciaciones que comparten en sus programas las decisiones para la estandarización. Cine de autor que llega a la lista del box office (lo más taquillero) desde sus inicios fue Alfred Hitchcock y en la actualidad Christopher Nolan.

Dentro de esta misma diferenciación, se podría categorizar con anterioridad al estándar como primer cine de espectáculo y entretenimiento, y al segundo cine como de autor. Existía también lo que se conocía como el tercer cine, cine de denuncia desde el llamado tercer mundo. Este cine cuenta con la función de diferenciación, sus motivos pueden ser muy variados para categorización, aunque casi siempre se hacían con intereses de denuncia social o política.

Renovación

El cine exige siempre novedad. No ha llegado el punto en el que se diga *Listo, ya se han hecho todas las películas que necesitamos. De ahora en adelante la audiencia se tiene que dedicar a ver todo lo anterior*. A pesar de que quizá en la actualidad haya tantos filmes que no se alcancen a ver todos en una vida, esta función del cine, también de los mass media y

quizá hasta en la misma autopoiesis de la sociedad, exige crear nuevos materiales, nuevas comunicaciones.

La industria de proyección, y en general la industria cinematográfica, está dedicada a esta función. Siempre se fomenta buscar nuevos contenidos, temas, tratamientos, innovaciones en el lenguaje o secuelas de relatos.

Un acontecimiento para los mass media no es repetible, para el cine significa que para el cine-industria-de-proyección, sólo se puede estrenar una vez cualquier película, aunque exista la posibilidad de re-estreno u homenajes por su aniversario. De igual forma sólo se puede ver una película por *una* única primera vez, después carece de su novedad, aunque se quiera ver para disfrutar de goces estéticos o disolver las dudas dejadas la primera ocasión. Pauline Keal, crítica holística de cine, decía que sólo veía las películas una vez ya que esa es la sensación que importa (Martel, 2011: 154).

Recursividad

Similar a la diferencia estandarización/diferenciación está la renovación/recursividad. Esta función no sólo es la memoria del cine haciéndose función, sino complementa la incertidumbre de lo nuevo con referencia a lo ya presentado. Las fórmulas que se conocen exitosas de generar interés de comunicación.

En la actualidad es más evidente que todas las películas estandarizadas hacen referencia a materiales ya establecidos. Adaptaciones de textos, novelas gráficas, películas pasadas ahora creadas con nueva tecnología.

No sólo en el entretenimiento mainstream se da esta situación, la recursividad en la diferenciación se encuentra en el cine de autor. Las personas que se han establecido como referencia de filmes reconocidos, ofrecen interés en cuanto la recursividad de sus nuevos filmes. También, hay películas establecidas como *clásicas*, se vuelven imperdibles de ver para la audiencia a pesar de que carecen de una novedad actual.

Discontinuidad.

El cine busca dramatizar. Sus relatos que siguen esta función son conflictos. Como diferencia de la realidad real, las películas buscan romper con la continuidad del acontecer conocido por sus espectadores. Crear interés mostrando diferencias al mundo circundante o dramas de momentos de crisis en historias. Esta función opera en la memoria del sistema y en sus posteriores selecciones.

Estelarización.

En esta función, Lipovetsky insiste en su importancia para la sociedad. Las personas mostradas en los filmes se vuelven estrellas y permean los campos de las noticias y la publicidad. Tienen potencial para volverse portavoces. Se utilizan en la política, la economía o hasta en la religión.

Aquí significaría que las personas se vuelven eventos comunicativos. En muchas películas, la era del *star system* en Hollywood es importante para analizar la estelarización, las selecciones se hacían de acuerdo con esta función, como siempre buscando cumplir con el código de los mass media.

Regional/antirregional.

Esta diferencia es importante si se busca conocer la región por sí misma, la historia local, la cultura, para marcar diferencias con el contexto en el cual se ve. La función puede hacer relevantes las características del lugar donde se graba. Por otro lado, lo antirregional, si se busca tratar temas que, como la comunicación, es independiente de las características regionales.

Valorización.

De acuerdo con sistemas de organización establecidos o a la comunicación aceptada, esta función dirige las decisiones para establecerse con programaciones conocidas que han sido valorizadas en el pasado. Los festivales, las premiaciones confieren un valor desde su observación a los filmes, y cualquier creador que observe cómo se seleccionan las premiaciones, puede dirigir sus decisiones con la función de ser valorizado.

De igual forma los filmes se valorizan por los espectadores si saben que el público especializado y otros creadores los consideran de mayor calidad. En ocasiones es lo contrario, cuando los creadores de filmes, con la función de estandarización, deciden no poner los premios que sus películas han ganado porque gran mayoría de la audiencia los asocia con los filmes diferenciados.

Otra valorización es la que añade el ritual de ir a las salas de proyección y pagar un boleto. La experiencia añade valor. Hoy en día encontramos pantallas en todas partes, y la posibilidad de ver películas en cualquier parte del día o en cualquier lugar, se ha criticado como un debilitamiento de ese ritual.

Emotividad.

Como se ha mencionado, una función muy importante es la que guía las selecciones a evocar emociones en los espectadores. Utilizando el proceso necesario de acuerdo con los postulados sistémicos, el cine se configura con el objetivo de lograr emociones en alter. Casi todas las unidades de sentido se direccionan a elegir la información desde el lenguaje y hasta en los temas para lograr una irritación emocional.

Con esta función, el filme modifica la información de relatos *basadas en historias reales* para lograr una mayor emotividad, aunque también lo hace desde otras funciones, como la estandarización.

6.1.5.5 Géneros cinematográficos.

Los géneros son una forma específica de memoria de las operaciones del funcionamiento cinematográfico. Ellos tienen sus operaciones, memoria y expectativas. Son programas más específicos que funcionan ayudando a seleccionar desde el tema y el lenguaje cinematográfico, en resumen, son otra subprogramación para seleccionar la información.

Esta categorización se encuentra tanto en la teoría del cine como en la clasificación cotidiana de la audiencia y de la comercialización. Basta pensar en algunos de los géneros para pensar en imágenes y conceptos claros: acción, aventura, romance, comedia, melodrama, drama, biopic, western, gánster, espías, policiaco, noir, erótico, misterio,

suspense, terror, bélico, histórico, catástrofe, explotación, ciencia ficción, fantasía, musical, infantiles, superhéroe, 3D, deportes, problema social...

Sin duda la iniciativa de catalogar mantiene cierta relación con los géneros literarios. La categorización misma de los géneros es una labor altamente compleja, en la lectura de *Los géneros cinematográficos*, libro de Rick Altman publicado en 1999, se aborda la cuestión histórica y semántica de lo que significa un género desde la poesía clásica hasta el cine.

Desde la teoría de sistemas los géneros tienen propias codificaciones que organizan las selecciones de la comunicación, el tratamiento y cada uno de los elementos del lenguaje cinematográfico. Esta característica de la memoria del sistema estabiliza expectativas en las audiencias, configura la comunicación. Relacionan a productores, espectadores y críticos, es decir, la comunicación necesaria que se desarrolla en la memoria del sistema y en la diferenciación interna del cine. Por ello se puede hablar de límites claros de los géneros cinematográficos.

Por otro lado, claro que hay combinación, así como también revisión de un mismo género. Dentro de su misma programación hay evolución que se revisa a sí mismo, como le sucedió al western y le está sucediendo a los superhéroes.

Para Leo Braudy, en el capítulo *Genre. The Conventions of Connection* (p.104-113) de su libro de 1976 *The world in a frame: What we see in film*, los géneros cinematográficos:

esencialmente preguntan a la audiencia *¿Todavía quieres creer esto?* Popularidad es la audiencia respondiendo *Sí*. El cambio en el género ocurre cuando la audiencia dice *Eso es una forma demasiado infantil de lo que creemos. Muéstranos algo más complicado.*

Por lo tanto, al igual que los temas, los géneros permanecen, evolucionan o cambian, y las funciones del cine guían las elecciones hechas desde los géneros.

John G. Cawelt, en su ensayo *Chinatown and generic transformation in recent American films*, considera que cuando cambian los géneros cinematográficos se realiza en cuatro arquetipos: Humor burlesco, Evocación de nostalgia, Demitologización y Reafirmación del

mito. Estas se pueden clasificar como funciones evolutivas dentro de la programación del género. Al igual que los constantes subgéneros, cada vez más específicos, y las combinaciones de todos.

La eurialística del cine hacia el género cinematográfico es cuando cambia de género a la mitad de la película, con ello cambian las expectativas y crea novedad. Como todo campo programático o subprograma, estas guías no significan una determinación y menos para la cuestión artística que busca novedad e invención que requiera imaginación para crear nuevas identidades de sentido del cine.

6.1.5.6 Diferenciación interna. Sistemas de organización y Audiencia.

Existe una diferencia interior a lo que se le conoce como cine. Al conceptualizarse en tanto comunicación, la diferenciación tiene que estipularse en términos estrictamente comunicativos. Estas distinciones son los sistemas de organización cinematográfica y la audiencia.

Los sistemas de organización son las organizaciones industriales-cinematográficas, las organizaciones de valorización, las organizaciones de clasificación, las organizaciones de formación, las organizaciones de creadores aficionados y los cine-club.

La audiencia se diferencia a sí misma en el público en general y la audiencia especializada, la crítica, que al mismo tiempo puede formar su propia organización.

En los párrafos siguientes se describirán estas distinciones de forma específica.

Las *organizaciones industriales-cinematográficas* son las financiadoras, productoras, distribuidoras, proyectoras, publicitarias, tecnológicas, agencias de reparto, sindicatos de escritores, entre otras.

Dentro de estas hay productores, productores ejecutivos, directores, jefes de estudio, guionistas, técnicos, asistentes y una larga división de trabajo.

En este sistema se da una correlación poco probable, la “cinematografía depende de la tecnología industrial [y de la organización] y el patrón depende del talento artístico” (Martínez & Gomezjara, 1988: 25). Es por ello por lo que es inevitable hablar de este tipo de organizaciones para la producción del cine en tanto medio masivo.

El proceso de producción para lograr una película no es individual, pero, como sistema de comunicación, ¿eso es relevante? La producción de una novela se suele identificar con un único autor, pero el editor, el corrector de estilo, la empresa editorial que permite la producción masiva, son puestos que muestran a los libros como trabajos de organizaciones. Los periódicos, las leyes constitucionales, las actividades pedagógicas, los avances científicos o tecnológicos, la puesta en marcha de una reforma gubernamental, el aumento de impuestos, el mercado de valores o hasta una pintura u obra musical ¿pueden considerarse comunicaciones individuales? ¿importa acaso? Aquí se hace presente la visión post-humanista de la teoría de sistemas, en donde la comunicación es el proceso que permite análisis diferenciados de estos fenómenos sociales.

En este sistema de organización se encuentran las investigaciones sobre las productoras cinematográficas, en las cuales actualmente sobresale el comienzo del emporio de *The Walt Disney Company* en el campo del cine. Primero, el estudio *Pixar* –que nació dentro de la productora *Lucasfilm* y a partir del año 1986 había sido independiente– fue comprado en el 2006 por Disney Company. Después, *Marvel Studios* también es comprada por Disney en el año 2009, dos años después de que la primera película fuera estrenada. Otra gran adquisición de esta misma compañía es *Lucasfilm Ltd.* en 2012. Y en marzo del 2019 Disney completó la fusión con *21st Century Fox*, lo cual la hizo dueña de todas sus películas y series televisivas, a excepción de noticias y deportes (Todd, 2019).

En las industrias cinematográficas hay organizaciones que sobresalen. Warner Brothers, Paramount (su variante DreamWorks), Sony, Universal Studios, Lions Gate, y actualmente las emergentes potencias chinas y los servicios de streaming, Netflix y Amazon Prime Video, junto con varias por venir que ya se ubican a la par de las grandes productoras.

Las *organizaciones de valorización* son las que premian y reconocen el valor de calidad cinematográfica de los filmes, que como identidades de sentido condensan la comunicación del sistema. Estas organizan los conocidos eventos de reconocimiento en ceremonias y en festivales de cine. En muchas ocasiones van unidas a la misma industria o gremio cinematográfico, pero también se encuentra la valorización desde la audiencia en general o especializada.

Se puede denominar que estas organizaciones administran el *placer fílmico*. La denominación de esta categoría intenta condensar el proceso social de selección llamado *lo mejor, de calidad, original, de excelencia*. Así, en términos estrictamente sociológicos (siguiendo los planteamientos generales de Pierre Bourdieu en *El sentido social del gusto*) el placer refiere al deleite o el goce de lo estéticamente bello. Entonces se necesita revisar la construcción de la definición de gusto, esto es, la diferencia de lo agradable y lo desagradable. La justificación que se adjudique a esta distinción estética es arbitraria y en últimos términos significa una identidad.

Esta identificación de valores tanto individuales como colectivos necesita una constante verificación para la aceptación y rechazo de las infinitas características de las películas. Así se construye *la belleza, lo bueno, y lo digno de reconocimiento* simbolizado en premios y medallas. En términos de la teoría de los sistemas sociales, esta categoría revela dos puntos: las exigencias complejidad –expresados en forma, estilo y narrativa– y las exigencias y aceptaciones de diferenciación de programas.

La siguiente categoría en los sistemas de organización son las que clasifican al cine mismo en cuestiones de moralidad, *organizaciones de clasificación*. Durante toda su historia, existe una constante observación de normas lo que es mostrado por los medios masivos. Desde la violencia y la sexualidad explícitas hasta su condensación como temas.

Estas organizaciones se encargan de marcar al cine con sus categorías, principalmente restrictivas en referencia a la edad. Aquí se observada las distinciones del tercer paradigma de los efectos de los medios masivo, poderosos bajo limitaciones, en donde marca una preocupación de los contenidos y su relación con los niños.

La crítica hacia el contenido de las películas proveniente de corrientes políticas o morales sobre la perpetuación de estereotipos o estructuras de exclusión está enfocada al deber ser de los mensajes masivos, cuestión ya debatida por Baudrillard y que se describió en esta tesis. El campo de decisión sobre qué mensaje en específico debería de comunicarse, qué interpretación es la adecuada o qué perspectivas superara a las demás interpretaciones, no es única de la teoría social, se ve expresada en estas organizaciones.

En los tiempos actuales autodescritos como de lo políticamente correcto y la comercialización de todo material, atribuir aletargamiento y retroceso de la llamada conciencia social al cine comercial es un debate de otro campo, no científico social en su descripción del cine. Este debate en términos sistémicos significa que los avances globales en materia de equidad social no le competen al código de los medios masivos de comunicación, pero estos sí permiten la formación y crítica –por ellos y en contra de ellos– de diversas opiniones o interpretaciones, como también la estandarización de símbolos y por ello participan en la autopoiesis de la sociedad sin dirigirla a un camino determinado.

En el cine se encuentran compitiendo distintas descripciones narrativas del mundo, discursos estructurados de la manera más realista que puede ofrecer la técnica o de los más fantásticos provenientes de imaginación creativa para contar un relato, informables en los mass media. La censura es una reflexión del cine que observa los límites de lo observable, y aunque siempre habrá comunicación independiente de la organización, en este caso de censura, se establece y estandariza un límite de lo mostrable por el cine.

Las *organizaciones de formación* son las escuelas de cine, tienen prestaciones con el sistema pedagógico y como organizaciones se encuentran en una gama muy amplia de origen de su forma y de sus operaciones. Aquí se fomenta la creación cinematográfica, la crítica y el conocimiento sobre el cine mismo entre diferentes operaciones.

Las *organizaciones de creadores aficionados* y los *cine-club* son sistemas que se encuentran en diferenciación con la industria cinematográfica en cuanto producción y proyección respectivamente. Al mismo tiempo pueden emular las operaciones de las grandes producciones o interpretar los temas de ellos.

La diferenciación del sistema en cuanto *audiencia* contiene al público en general y la crítica. Sobre las primeras, existen distinciones posteriores que se hacen sobre las cualidades socioeconómicas, educativas, de género, edad del público (señalado ya por la Escuela de Birmingham), pero estas distinciones tienen que ver con observaciones consecuentes de distintos sistemas. La cuestión es que en su selección de información para las unidades de identidad del cine se puede pensar en la estandarización de la audiencia.

Para ciertas tomas de decisiones se puede considerar algún estrato específico de la audiencia, pero no significa que se puede generalizar para todo el sistema comunicativo. Esto funciona tanto en las películas que sigan la función de estandarización con estudios de mercado buscando hallar un nicho adecuado para el tema por comunicar o, más aún, en la función de diferenciación que se direcciona a ser lo más específico que se pueda lograr en la diferenciación de la audiencia. La recursividad de la audiencia con la comunicación cinematográfica se logra en la conexión a la comunicación misma, es decir, al ser vista.

La llamada opinión pública, desde el siglo XVIII, contiene una renuncia a la integración espacial que había en siglos precedentes (Luhmann, 2007: 244). Por ello es posible hablar de opinión pública en las sociedades modernas, debido a sus medios de difusión, cine incluido, a pesar de que no es un ente existente que emite observaciones y juicios por todos, sino contiene la capacidad de que cualquiera puede entrar a ella, no se atribuye a nadie en específico, “el médium de la descripción del mundo y de la autodescripción de la sociedad moderna”, por lo tanto “disponibilidad comunicativa de los resultados de la comunicación” (Luhmann, 2007: 877).

La audiencia como diferencia dentro de la comunicación cinematográfica tiene libertad cognitiva y emocional. En cuestiones sociales, no se exige consenso ni consentimiento con las conclusiones de las películas. Desde el código cinematográfico, la audiencia es parte de la dimensión social del sentido, alter/ego, en el cual ella es supuesta para iniciar la comunicación, pero no subsumida en el sistema, “los espectadores son los terceros excluidos”, y por lo tanto “así se supera la contradicción entre libertad y coacción (Luhmann, 2000:88).

En las organizaciones de los medios de comunicación masiva, más que en el sistema de comunicación mismo, el poder de los mass media en relación con las audiencias opera en saturación de la comunicación. Sus alcances tecnológicos disponen objetos para las observaciones, y aunque no obligan, configuran las posibilidades, “se les invita a que saquen consecuencias a partir de sí mismos” (Luhmann, 2000:90), pero los mass media establecen a priori los temas.

Para Luhmann, las distinciones consecuentes que se desarrollan en el mundo de la imaginación, en la medida en que a uno se le ofrece las posibilidades del otro —es decir, la capacidad emotiva y cognitiva del entretenimiento ficcional en la que es un subtexto que invita a referir a su mismo contenido—, es el saber, el poder y el sentir del espectador. No es la impresión que le ha producido, tampoco el efecto de aprehenderlo como analogía o imitación, no hay igualación del comportamiento propio. Lo que sucede es que se aprende a observar a los observadores, y por consiguiente a la manera en que ellos mismos se observan. Así, uno es más astuto pero menos comprometido que el observador de primer orden (Luhmann, 2000:89). “Lo que acontece en el interior del espectador individual... es a final de cuentas inobservable [...] y no se puede controlar desde los medios de comunicación de masas, echando mano de programas” (Luhmann, 2000:90).

La crítica, como audiencia especializada, ocurre dentro del mismo sistema comunicativo del cine. En la crítica existe la especialización en lenguaje, en teoría o en historia del cine y así se crea una audiencia con capacidad comunicativa más compleja. En teorías pasadas eran los líderes de opinión que servían de puente para la producción y consumo de los contenidos de los mass media. En la teoría de sistemas, es una diferencia de una audiencia, de espectadores especializados en las funciones de observar el cine en sus identidades de sentido. Usualmente forman parte de organizaciones que comunican sus críticas escritas o reseñas que logran una recursividad en la producción de la comunicación cinematográfica, pero en su estatuto de comunicación se puede hacer independiente de organizaciones.

En sus consideraciones sobre la imprenta, Luhmann explica que esta comunicación masiva primigenia induce a presentar “opiniones disidentes o con interpretaciones nuevas

para hacerse notar como individuo” (Luhmann, 2000: 230). En la actualidad hay una audiencia especializada que ha surgido por la posibilidad de Internet, en el cual publican reseñas, video-ensayos de crítica y análisis cinematográfica, como los canales de YouTube *Every Frame a Painting*, *Cinefix*, *Wisecrack*, *Now you see it*, *Lessons from the screenplay* entre muchísimos otros. Esto aporta información para la audiencia en general, “el internet provoca un público más inteligente” (Martel, 2011: 96).

La observación hacia la crítica cinematográfica se tiene que direccionar a sus operaciones abstractas para dilucidar su funcionamiento e importancia para el sistema desde la perspectiva socioteórica.

Así, la crítica es la memoria del cine de forma reflexiva. Una observación hecha desde el cine mismo con las operaciones del lenguaje, temas, formas o géneros. Esta mirada se hace desde el mismo sistema comunicativo en tanto a su clausura operativa. En su forma ideal sería histórica y holística, es decir una crítica que tome en cuenta el proceso evolutivo de la memoria del cine y el resto de las operaciones dentro del sistema. La crítica es la constante revisión reflexiva de la identidad del cine y de sus identidades de sentido, las películas. Como se podrá inferir, la crítica puede ser en este sentido raquílica o con una abundante reflexión.

La otra operación posible de la crítica es la observación fuera de la identidad del cine, es decir, los acoplamientos entre el cine y otros sistemas desde la perspectiva de la audiencia especializada. Así, la crítica de cine es la arqueología de una película, en términos de Foucault. Es la observación holística y evolutiva del cine en cuanto a comunicación de la sociedad, se puede observar sus acoplamientos con la política, la economía, la violencia, el crimen, la intimidad, las crisis sociales, la moralidad o la filosofía. Esta crítica es la que observa al cine como parte de la sociedad y a la sociedad como parte del cine.

Estas operaciones se realizan desde diversas posibilidades para desplegarse, las más recurrentes son la crítica académica, la crítica periodística y dentro de la última una crítica reflexiva del cine, es decir los creadores de películas observando otras películas. Sus procesos requieren tiempo para realizarse y, dependiendo de su complejidad, su forma varía de artículos, ensayos, videocolumnas o libros.

Un texto que reflexiona sobre todas estas características del cine observándose a sí mismo por medio de la crítica es *Misterios de la sala oscura. Ensayos sobre el cine y su tiempo* de Fernanda Solórzano. Las observaciones que realiza en esta serie de ensayos sobre películas específicas, al igual que en su videocolumna *Cine aparte*, demuestran la arqueología de la obra cinematográfica en cuanto a su identidad dentro del sistema comunicativo del cine, tanto con los acoplamientos que tiene con otros sistemas sociales y su correspondiente descripción de los procesos consecuentes.

6.2 Acoplamientos estructurales del cine.

6.2.1 El cine observando.

Como sistema que contiene un código comunicativo, el cine siempre observa de acuerdo con su sentido, sigue sus programas y operaciones. Todo evento en el mundo se puede hacer cinematográfico. Cada comunicación hecha desde algún sistema funcional diferenciado, sistemas de interacción u organización se vuelve una potencial película.

Las selecciones siguen el código de relato/no-relato, este proceso del cine como observador es lo descrito en su funcionamiento. La comunicación cinematográfica se irrita a sí misma para construir más complejidad. Sus identidades de sentido se vuelven objeto de observación para los demás sistemas. Así, este tipo de comunicación encuentra circularidad en la sociedad y aporta a la autopoiesis comunicativa de esta mientras mantiene su clausura operativa.

El cine, como sistema comunicativo y observador, se construye con irritaciones. Es interesante que, si el lenguaje es un acoplamiento entre conciencia y comunicación, el lenguaje cinematográfico ya descrito, como audiovisual narrativo, se diferencia también como un acoplamiento estructural entre conciencia y comunicación, con todos los alcances y limitaciones que contiene como tal. Si bien en los procesos del cine se ha demostrado que es un trabajo colectivo, como comunicación mantiene este estatuto. Con el cine se establecen referencias, temas y comunicación de y en la sociedad.

6.2.2 El cine observado.

Desde el sistema de los medios de comunicación masiva el cine observa a la sociedad, que significa autoobservación ya que el cine es parte de la sociedad que observa. Como observador de segundo orden, el cine observa a cada uno de los sistemas funcionales diferenciados como parte de su entorno.

Una película es la observación que se concreta de acuerdo con las operaciones del sistema, como identidad de sentido. Esta se encuentra disponible para que cada sistema social realice a su vez una observación de segundo orden, tanto de ella como del sistema comunicativo del cine. Con esta circularidad se hacen observaciones, cada sistema siguiendo su código y función.

El cine siendo observado debe tratarse desde estudios de análisis específicos de los demás sistemas. A continuación, un bosquejo de cómo el cine participa en la comunicación de la sociedad.

Para la *economía* la pregunta podría ser ¿cómo genera ganancia una película? Desde la diferencia realizada por este sistema, una película siempre se operativiza en términos de su ganancia, de la monetización de cada aspecto del cual se le puede sacar provecho: juguetes, posters, playeras, secuelas, coleccionables, los derechos de propiedad intelectual, por ejemplo. La película desde su idea primigenia se esquematiza pensando en presupuesto, inversión y ganancia. El entretenimiento como un negocio y su preponderancia se aprecia en las grandes productoras como comerciantes del entretenimiento. Esto sólo desde el sistema económico, pero no es el centro de la sociedad ni la única forma de observar al cine.

La *política* observa al cine en el sentido de ¿cómo pueden los relatos funcionar para la obtener o conservar el gobernar? Por su difusión, el cine se operativiza pensando en comunicar información que permita consecuentemente gobernar. Desde distintos esquemas que se puede aportar comunicación necesaria para continuar con sus operaciones, así el cine podría ser subversivo o conservador.

En la *educación* la pregunta podría formularse en un sentido parecido a ¿cómo las películas sirven para lograr cambios en los alumnos? De acuerdo con la especificidad requeridas del tema se pueden usar diferentes películas para ilustrar ciertos puntos o enseñanzas, sin ser suficientes, ni ser conocimientos directos, ya que parten de realidades ficticias. Su uso es discutido como herramienta pedagógica, pero la observación inevitablemente está presente.

De entrada, es complicado pensar en la pregunta de observación que el sistema de *tratamiento de enfermedades* puede hacer al operativizar desde su sentido hacia el cine. Aquí se propone directamente la siguiente pregunta ¿cómo el cine puede aportar a tratar enfermedades? Las posibilidades estriban en la comunicación de información para la prevención, los relatos cinematográficos que desde el mecanismo simbiótico de la emoción puedan comunicar la situación de cómo se afronta y cómo se supera una enfermedad o cómo existe apoyo para las consecuencias negativas e insuperables de ciertas enfermedades. La medicina puede usar al cine para plantear dudas a la sociedad sobre su propio funcionamiento en cuanto al tratamiento de enfermedades. Casi se puede hablar de un género de películas sobre las situaciones que se dan alrededor de enfermedades físicas o mentales, desde la intimidad o hasta en situaciones globales.

Un aspecto importante de mencionar en la relación entre el cine y el sistema de tratamiento de enfermedades es cómo el lenguaje cinematográfico, desde su construcción de la realidad por medio de la edición, de la manipulación del sonido, de los colores o todas sus operaciones posibles, logra la mimesis de enfermedades mentales; comunicar lo que por palabras no se puede, es decir, observar de otro modo y con otro lenguaje.

Para el sistema diferenciado de la *religión*, una película como evento es tratada de acuerdo con su código binario. Así, una pregunta que pueda crear diferencias es ¿cómo el cine puede aportar a la semántica de establecer la diferencia entre lo trascendental y lo inmanente? Existe una categoría de cine que se conoce como religioso, que aporta películas como relatos con la finalidad de reproducir el sentido religioso. Aunque también se podría hablar de categoría de cine educativo o cine político, las operaciones cinematográficas se hacen desde su propio

código. El cine al construir realidad ficticia tiene la capacidad de crear un mundo visto desde una semántica política o religiosa, para que su mensaje sea visto como verdadero dentro de dicho mundo. El observador de segundo orden de las películas debe de comprender que no está viendo el mundo real, sólo un mundo creado. El cine y las películas no suplantando ni pueden interferir en la clausura operativa religiosa.

El cine observado desde la *ciencia* es, al igual que las anotaciones anteriores, una generalización muy abstracta, más si se piensa en los distintos campos de la ciencia. Para la ciencia desde la física, química o geología entre otras, la pregunta de ¿cómo el cine, en cuanto comunicación diferenciada en relato/no-relato, aporta diferencias a la construcción de la verdad?, tiene aportaciones que se direccionan más hacia la difusión que a la construcción de conocimiento. Sin embargo, para la ciencia desde la psicología, psiquiatría, historia y otras similares, la observación del cine es importante para sus campos de investigación, así podría preguntarse ¿Cómo el medio cinematográfico aporta la comunicación necesaria para la autopoiesis de la sociedad? O ¿Cómo se describe esta sociedad actual por medio del cine?

Desde el sistema del *derecho* existe una especificidad al observar en términos de ¿Cómo el cine puede aportar comunicación para establecer la legalidad? Cuando se trata del derecho como sistema, todo el entorno se observa para fundamentarse a sí mismo y estabilizar las expectativas. Así, el cine como los demás sistemas funcionales y los eventos son observados para desarrollar programas dentro del derecho. Sin embargo, hay una relación más específica entre el derecho y el cine que se desarrollará más adelante como acoplamiento específico.

Con estas preguntas se fomenta la investigación de cada sistema social con relación al cine. Para el estudio del cine se tienen que describir los acoplamientos específicos que posee con los demás sistemas sociales. A continuación se realizará este objetivo.

6.2.3 Acoplamientos estructurales.

Con los conocimientos teóricos ya desarrollados sobre los acoplamientos estructurales se desarrollarán concretamente en los encontrados entre la comunicación cinematográfica y

otros sistemas diferenciados. Estos presupuestos factuales dan continuidad y coordinación a la comunicación.

A) Taquilla.

Es la presuposición de materialidad. El cine como medio masivo de comunicación se dirige a la producción y consumo de películas, inclusive materiales que tengan como referencia a esas películas. Como tal requieren de inversión que le da el presupuesto económico a la película, con esperas de obtener una ganancia.

La taquilla es la suposición de que hay interés de conectarse a la comunicación cinematográfica, desde diversas expectativas. El acceso a la novedad de ver una película en la organización de proyección tiene un costo que se realiza como acoplamiento entre el sistema de la economía y el cine.

Es posible esperar a que las películas se vean en otros medios de reproducción como los discos o streaming, con sus costos correspondientes. Inclusive existe la alternativa de descargas o compra de discos consideradas ilegales desde el derecho (sobre esto copyright).

Aunque existan las llamadas películas de culto o clásicas que ya no tienen en la sociedad la calidad de novedad, más que para aquellos que no las han visto, acceder a estos objetos tiene de forma general un costo. Las alternativas gratuitas siempre existen, pero en la actualidad el costo para acceder a la comunicación de la película, aquí denominado taquilla, es una generalización comunicativa.

Para la producción de comunicación cinematográfica también hay alternativas, como lo fue el caso de *Tangerine* (2015) grabada con iPhone. La producción se puede hacer si hay cámaras y forma de editar las grabaciones con música y sonido. Así como para escribir se necesita una hoja y un lápiz, también para este tipo de comunicación desde sus niveles básicos a los más caros de realizar, en los cuales ya se necesita toda la industria de producción cinematográfica.

B) Clasificación y Censura.

Estos son acoplamientos entre el cine y el sistema del derecho. Ambos sistemas se observan como evento y toman decisiones desde su clausura operativa. Estos acoplamientos mantienen las expectativas estables de lo que se verá en el cine, siguiendo las normas establecidas de qué es permitido ver y qué no.

La censura y la clasificación de las películas toman en cuenta desde insultos, el hecho de fumar demasiado, la pornografía y el maltrato animal; en los casos más extremos se aclara que no está permitido ver en un cine masivo tortura o asesinatos reales. Aunque existan la posibilidad de un cine snuff, sería considerado ilegal. Aquí resalta la diferencia otra vez entre la grabación técnica de sucesos y la programación específica de la comunicación cinematográfica.

Las observaciones hechas desde el sistema del derecho toman en cuenta todo su entorno, no sólo al cine. Así, en determinadas situaciones, se censura tomando en cuenta la política o la religión, como ejemplo los casos del escritor Dalton Trumbo, también hecho cine, y *La última tentación de cristo* de Martin Scorsese. Hay que establecer que existe una diferencia entre censura y controversia, donde en esta última no existen repercusiones legales más allá de ciertas protestas desde distintas morales.

La independencia del cine se mantiene, pero se presupone la censura y la clasificación para realizar sus operaciones.

C) Derecho de autor y Copyright.

Ante el evento de la creación de una obra se generan normas estables sobre la propiedad, uso y reconocimiento de su autor. Estos son los derechos de autor, propiedad intelectual o copyright, normas establecidas jurídicamente desde el sistema del derecho.

Una obra, ya sea publicada o inédita, contiene expectativas sobre las operaciones que de ella puedan emanar, como permisos para reproducirla, venderla y comprarla. Aunque en este sentido también se encuentra en relación con la economía, aquí se tratará su legalización como una propiedad.

La propiedad creativa de una obra es un acoplamiento estructural entre el derecho y el cine, aunque también se encuentra presente en el arte. Con antecedentes históricos, el copyright se diferencia como un derecho moderno (considerado parte de una sociedad diferenciada sin centro), expresado en el artículo 27 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos.

Con este acoplamiento el cine presupone ciertas condiciones para operar. Las películas realizadas con la estructura propia del código cinematográfico se coordinan con el derecho.

Existen, por supuesto, eventos y operaciones que no siguen esas normas, se les llama generalmente plagios. En los inicios del mundo cinematográfico era más difícil encontrar estos casos debido a la inaccesibilidad en tiempo y espacio, sólo los eruditos podrían identificar estos casos. Ahora, tanto para las actuales como para las películas anteriores, con la comunicación del Internet se han señalado casos de copia a través de medios de comunicación masiva. Ante lo cual entra otro concepto dentro del copyright, los homenajes.

Realizar una obra cinematográfica con clara referencia a otra anterior, con permiso o en ocasiones sin él, puede ser considerado como un homenaje. Existen variaciones, similares a las que se trataron en el apartado de los géneros cinematográficos, como ser actualizaciones, que es una autorreferencia del sistema cinematográfico. La discusión se hace en referencia y con diferencia entre un plagio y un homenaje, con el eje de lo que se considera una idea, y una obra en su totalidad.

Los ejemplos son vastos: Quentin Tarantino con su conocimiento y uso del cine serie B, Stanley Kubrick y referencias al cine mudo de Víctor Sjöström, Brian De Palma y la clara referencia a Sergei Eisenstein, George Lucas y Sergio Leone con el cine de Akira Kurosawa, y los ejemplos siguen hasta Paul Thomas Anderson con Martin Scorsese y Guy Ritchie con el mismo Tarantino. Estos directores se han establecido como referentes en sus aportaciones a la comunicación cinematográfica, mientras que actualmente se observa la línea entre homenaje o plagio de una manera borrosa.

También en películas de entretenimiento masivo existe un fenómeno similar. Lo que se considera como intertextualidad es una autorreferencia constante del cine a sí mismo. Buscando los logros de un cine de entretenimiento exitoso, se ha optado por referenciar, repetir o utilizar símbolos que ya han sido utilizados con anterioridad. Los casos van desde las películas de Star Wars hasta los remakes digitales de Disney.

D) Análisis científico.

Entre el sistema diferenciado de la ciencia y el cine hay un acoplamiento estructural. En apariencia puede parecer una observación exclusiva de la ciencia, que realiza análisis desde las diferentes áreas que puedan construir realidad a través del cine, como la sociología, la historia y la psiquiatría inclusive; pero el cine también realiza sus operaciones siguiendo ciertas suposiciones que observa en la ciencia.

A través de estudios sobre el color, la composición de las imágenes, la edición o la música, el cine se configura para lograr el objetivo de contar una historia utilizando el mecanismo simbiótico de la emoción. Con el mismo sentido, cineastas han realizado teorías cinematográficas, como desde el inicio Eisenstein, para comprender y construir verdad sobre lo que estaban haciendo al crear una película. Las discusiones académicas al respecto se ven reflejadas en el uso de las técnicas propuestas en las películas.

Mientras que desde la ciencia existen congresos académicos sobre el cine en sus implicaciones sociales, históricas o psicológicas; artículos que observan al cine y buscan conexiones con contextos o propuestas políticas; y tesis escritas que busquen construir verdad sobre el funcionamiento del cine como parte de la sociedad.

E) Tecnología

También con la ciencia, la tecnología disponible para lograr el código cinematográfico se va desarrollando como acoplamiento. Desde los efectos especiales computarizados para lograr escenas o historias, como el rejuvenecimiento de los actores, los retoques a escenarios o el lograr tomas imposibles con tecnología anterior; y también los aparatos tecnológicos como los tipos de cámara o micrófonos para lograr comunicar de alguna forma específica. El

cine de David Fincher es un ejemplo a lo largo de su filmografía de cómo la tecnología se utiliza para lograr el objetivo de un relato convincente, cautivador y absorbente.

f) Publicidad y noticias.

La publicidad y las noticias son campos programáticos de los mass media, como tal son relaciones específicas que se dan al observarse y autoproducir comunicación de acuerdo con su programación, sin necesidad de ser un acoplamiento estructural entre dos sistemas diferenciados. Pero es importante señalar las constantes irritaciones que hay para producir más publicidad o más noticias. Publicidad sobre películas, publicidad en las películas; noticias sobre películas en todos sus procesos o películas que hacen relato lo expresado como noticia. Esto es una hipercomplejidad de sistemas como observadores de segundo orden viéndose entre sí.

Sobre un posible acoplamiento estructural entre el cine y el arte hay más complejidad que las anteriores descritas. Por lo tanto, se requiere una observación más profunda y detenida.

6.2.4 Acoplamientos y Equivalencias entre arte y entretenimiento.

el cinema –no el cine, espectáculo en crisis, no el cinematógrafo sala-teatro, sino el cinema–, es el procedimiento de retención y emisión de vibraciones sensibles a nuestros sentidos, la vía flotante, el conducto libre por el que pueden en cualquier momento deslizarse los documentos arrancados al espacio y al tiempo. (Val del Omar, 1992: 58)

La comunicación cinematográfica puede hacerse desde diversos productores de sentido y referentes funcionales. Aquí importa el sistema de los medios de comunicación masiva y el sistema del arte. La identificación (diferenciación) del cine ha tenido desde su génesis el dilema de ubicarlo como arte o entretenimiento. Los objetos autoproducidos por el cine

(identidades de sentido) se intentan clasificar como una de estas distinciones, entonces ¿cuál es la diferencia? ¿Cómo se traza la frontera? Arte/entretenimiento no es diferenciación de sentido que produzca un sistema propio, aunque sí necesita una indagación correspondiente.

El cine que surge como medio masivo por sus especificidades técnicas es diferente de la reproducción masiva del arte, éste con un estatuto ya definido y autónomo (problemática ya descrita por Walter Benjamin). La diferenciación entre cultura de masas y de élite hecha por Adorno ha permanecido³. Con origen en la valorización del gusto, esta diferencia crea subsecuentes distinciones en el contenido de expresiones artísticas, en términos sistémicos lo importante es analizar el sentido de producción. La permanencia y reproducción de la distinción arte/entretenimiento deriva en inconsistencias debido a su poca claridad cuando se piensa en los límites de la comunicación cinematográfica.

En la contingencia del cine ha estado trazada esta diferencia desde diferentes nombres: *arte/mass-media*, *arte/mercancía*, *expresión/reproducción*, *high-art/low-art*, *cultura-élite/cultura-de-masas*, *cinema/cine*, *cine-alternativo/cine-espectáculo*, *cine-de-autor/cine-industrial*, *filme/película*, *íntimo/popular*, entre otros. Las cuestiones subyacentes son las posibilidades de interpretación del cine y con ellas el funcionamiento del sistema.

La diferencia entre arte y entretenimiento es la diferencia entre las *posibilidades de interpretación* que cada una de estas dos opciones ofrece. Aquí se propone una distinción cuyos lados opuestos respectivamente son ambigüedad/concisión. Para Luhmann “las obras de arte deben mostrar una ambigüedad muy alta respecto a posibilidades de interpretación”, en el extremo del arte moderno quizá tiene una tendencia “de exigir desmesuradamente al observador, sea una reacción frente a los medios de masas y frente a la técnica de reproducción masiva de las obras artísticas” (Luhmann, 2000:30). Por el otro lado el entretenimiento no exige demasiado al observador, explícitamente busca hacer pasar un buen rato. Ésta también es la diferencia entre los tipos de cine, el que deja incomodidad al ser incierto y el que no deja muchas puertas abiertas para las interpretaciones.

³ Con una actitud arrogante según Niklas (Luhmann, 2005:236)

Para ser consecuentes con las bases epistemológicas de la teoría de sistemas es necesario observar la producción y funcionamiento de las diferencias entre el arte y el entretenimiento, y no optar por una ontología del cine. Por lo cual se puede afirmar que para esta diferencia lo determinante es el observador, y como observador de segundo orden se pueden observar las operaciones que se realizan para identificar al cine como arte o entretenimiento. Para responder a las preguntas ¿Cuáles son esas operaciones? ¿Cómo se hacen?, se encuentran equivalencias funcionales entre el sistema del arte y de los medios de comunicación masiva.

En ambos hay una duplicidad de la realidad que se construye para observar, arte y mass media observan la realidad real, construyen una realidad ficticia que sirve para volver a observar la realidad real. La diferencia radica en la función de ambos sistemas. La función de los medios masivos es “dirigir la autoobservación del sistema de la sociedad” (Luhmann, 2000: 139). Por su parte, la función del arte es “la comprobación de que en el ámbito de lo estrictamente posible hay necesariamente un orden” sin finalidad, y después la reproducción de posibilidades de observación (Luhmann, 2005: 246). Esta diferencia en el observar permite entender el dilema arte-entretenimiento.

Es necesario recordar que los medios masivos garantizan una amplia comunicación, pero no realizan ciencia, economía, política, educación o arte. La comunicación con la cual opera no es ni cognitiva ni normativa, y con lo anterior se afirma que tampoco es comunicación artística.

Otras equivalencias son que ambas comunicaciones se realizan partiendo de observaciones de segundo orden (y como tales enseñan a observar), se direccionan a la percepción, exigen una construcción de su audiencia. Por ello estos sistemas son relaciones de observación. En una categoría general el arte y el entretenimiento son la sociedad observándose a sí misma, pero el arte ve un orden sin finalidad y el entretenimiento un juego de información con finalidad de verse.

Volviendo a la especificidad del cine, de acuerdo con su código *relato-filmico*, los significados del arte y del entretenimiento, en parte, se construyen en el cine con narraciones

abiertas y narraciones cerradas, entendidas como relativas/definitivas, aunque sea reconocido el valor estético visual o sonoro de sus filmes.

El relato cinematográfico como arte es un relato de significado indeterminado, que exige más reflexión en su interpretación, con características difusas que en ocasiones incomodan por no ofrecer una respuesta clara. Esto es producto del orden sin finalidad entendido desde el arte.

El relato cinematográfico como entretenimiento es un relato conciso, con un significado determinado, que ofrece diversión y es gozoso, aunque siempre exista la posibilidad de que el analista realice sobre-interpretación del contenido encontrando paradojas, ideologías, valores éticos en cualquier filme de acuerdo con su compromiso teórico. El entretenimiento es juego social con información disponible para observar la realidad.

El objetivo de la diferencia entre arte/entretenimiento para el cine es observar el funcionamiento mismo del cine desde el código sistémico creado. Es necesario unas cualidades básicas que permitan continuar con el análisis del tema *arte*. Para ello la disquisición siguiente.

Los conceptos eje para entender el significado del arte son la intención del creador, la interpretación de los observadores y el gozo que se produce al apreciarlo. Las teorías al respecto son un flujo turbulento que estriba entre estos fundamentos. Una diferencia que se mantiene en el estudio del significado del arte es objeto/intención. Aunque, desde el radical constructivismo, esta diferencia es en realidad la bifurcación del observar, así el diálogo que hay entre creador y observador es una relación comunicativa que entra en los parámetros de la teoría de sistemas.

Para que alguna película sea considerada como arte también debe dirigirse hacia esa comunicación, declararse como artística y esperar entenderse como una obra que logra consecución o malogramiento como tal. Una obra que muestre las relaciones de observación en cuanto al sentido como punto común entre percepción y conciencia, que describa al mundo

y tal descripción se logre como una duplicación del mundo que sirva para observar la realidad real con la realidad imaginada que ha sido creada.

El elemento de arte en el relato cinematográfico requiere de elección de programas, escoger particularidades artísticas para todo el filme ya que existe un público especializado, y al mismo tiempo se reproduce de forma masiva. En la reproducción masiva del cine, el arte halla un espacio, una forma de expresión a través de los medios cinematográficos. El dilema mismo reside en que cuando el arte se transmite por los medios masivos de comunicación, ¿quedaría supeditado a estos? Por lo tanto, al estudiar el arte transmitido por los medios masivos se regresa la observación de este sistema y a su funcionamiento. El arte está en otro lado, en otra diferencia, pero más allá de la difusión ¿cómo sería un acoplamiento entre estos dos sentidos comunicativos?

Para responder no se debe observar al arte como información que comunican los medios masivos, ya que así sólo se observa el operar de este sistema, y sí observar el médium y el cómo se producen las formas. El acoplamiento entre arte y mass media tiene que acaparar la autoobservación de la sociedad como un orden sin finalidad, que transite de la consecución/malogramiento a lo informativo/no-informativo. Esta abstracción se tiene que llevar a cabo en el nivel de relaciones de observación y vuelve a autoobservación del cine como arte en sus operaciones. Es difícil en la actualidad diferenciar desde la literatura como entretenimiento o como arte. Para ello hay que volver a observar el entretenimiento.

Sobre el cine-entretenimiento hay una descripción a lo largo de todo el libro *La pantalla global* de Gilles Lipovetsky. Identifica en el cine actual –hipercine según sus términos– la abundancia de excesos, de efectos especiales, las películas de la velocidad y de vértigo. El espectáculo es como una droga estimulante que se dirige a exaltar la dopamina por medio de cualquier emoción que tenga a su alcance.

Originadas en un nuevo milenio, estas películas se asemejan a los videoclips musicales. Con un estilo de edición acelerado, ambos tienen por objetivo provocar emoción en sus espectadores para que se repita su consumo. En este cine la calidad significa cantidad, mientras más, mejor; y se apuesta por la voluptuosidad en todos sus sentidos.

El extremo es la edición reconocible que se usa: muchos planos que aparecen como parpadeos. Sin acusarlas de tales, estas películas recuerdan a los metrajes de hipnosis, de proyectar imágenes a una velocidad acelerada y con ellas ideas subliminales, el estrobo. Lo que transmiten es la emoción de excitación que comunican.

Esta emoción particular que se muestra en las persecuciones o en secuencias paralelas que tienen un lugar especial en la historia del cine. Desde los inicios, quizá con la clásica secuencia de la cabalgata en *El nacimiento de una nación* de D.W. Griffith, se ha aprovechado la capacidad del cine para provocar excitación. En ningún otro medio se había tenido tal posibilidad, ni la pintura o la fotografía y ni siquiera la novela literaria tiene una acción tan veloz y emocionante que a veces supera lo que el ojo puede observar. Por ello las operaciones de la comunicación cinematográfica se dirigen hacia el mecanismo simbiótico de percepción emocional.

Sobresale tanto en el arte como en el entretenimiento la *estimulación*. Por diferentes formas este concepto está presente en estos sistemas. La estimulación sin valorizaciones jerárquicas es un acoplamiento estructural entre ellos. Después viene la estratificación del gusto, que marca diferencias otra vez entre *cinema/cine*.

Claro que las posibilidades de interpretación no se encuentran en el objeto observado tanto como en el observador. Son el pensamiento clásico, romántico, analítico, fenomenológico, metafísico, budista o cualquier otro el que interpreta al mundo y los objetos que ve (ya se diseccionó la cuestión ontológica). Por la cual el arte y el entretenimiento no se podrían definir exclusivamente como las posibilidades de interpretación que ofrecen. Sin embargo, el sentido con el que son construidos comienza la paradoja de producción/consumo en un mismo momento.

La unidad de la diferencia de arte/entretenimiento en los relatos cinematográficos es la emoción. Esta emotividad se refiere tanto al placer de la diversión en el entretenimiento como a reflexiones íntimas de infinitos sentimientos en el arte.

Al mismo tiempo su unidad deriva del observador. Pauline Kael opta por clausurar el debate con su concepto de cultura cinematográfica que “no es ni burgués, con la acumulación de obras que ello supone, ni universitario, con la necesidad de descifrar hasta el infinito una escena.” Lo importante para ella es la “emoción que sientes inmediatamente, el placer que te da y que le dará el público en general [...] En el fondo, ella se niega a que el cine se convierta en «cultura»: para ella, una *movie* es *entertainment* en el sentido más fuerte de la palabra, un momento de nuestra vida que pasa y que no vuelve más. Te gusta o no te gusta. Jamás hay que darle a una película una segunda oportunidad” (Martel, año: 154).

Hay un elemento importante y subyacente del dilema arte/entretenimiento: la rentabilidad. Este acoplamiento estructural con la economía se expresa en la relación entre la ganancia de la recaudación taquillera y la inversión inicial para producir una película, también se acopla con las diferentes distinciones ya mencionadas del dilema como arte/mercancía. Las películas de arte, o de bajo presupuesto, son intimistas y se dirigen a públicos especializados mientras que las de entretenimiento tienen altas cifras en presupuesto y ganancia al dirigirse al público masivo. Cine independiente y cine industrial.

Sin embargo, en una entrevista a Geoffrey Gilmore, director del Sundance Film Festival, dice “en Hollywood la independencia es una categoría estética, no dice nada de la índole financiera del film” (Martel, 2011: 105), como ejemplo se menciona a Almodóvar, Zhang Yimou, González Iñárritu, Jim Jarmush.

Para continuar analizando el dilema, hay una similitud entre los términos de Blockbusters y Bestsellers, respectivamente de la cinematografía y de la literatura. Ambos refieren a las obras que tienen una audiencia inmensa, pero no sólo significan los libros mejores vendidos o las películas que aglomeran una fila para entrar a las salas tan larga que le da la vuelta a la cuadra (block).

Existen diversos factores que influyen para que un libro o película sea el más leído o visto. Pero en ambos mundos, con sus respectivos términos, la categoría implica no sólo ser la mejor vendida sino lo que mejor se vende. Para el escritor argentino Cesar Aira –en su artículo *Best sellers y literatura, vigencia de un debate*– esto significa el establecimiento de

un género, es decir, materiales que son hechos “con vistas al consumo de un público inmediato” (Aira, 2003). Materiales que se acercan más un producto comercial que una obra artística. La diferencia entre ambas, también desde la teoría de sistemas, es la intención con que son creadas o en conceptos estrictos, el sentido de su forma, económico o artístico.

Esta intención también implica la velocidad con que son vendidas, ya que siempre se les denomina así dependiendo de sus indicadores en las primeras semanas, días o inclusive en las horas de su salida a la venta. El proyecto de permanencia a través de los años se queda rezagado a un segundo plano en el mejor de los casos, terminan siendo unidades para ser vendidas inmediatamente, usualmente desechadas para el siguiente producto. Así es como se le considera consumo.

Otra consideración para la división entre obras con intención de vender y con sentido artístico, es que en el género bestseller “importa más el libro que su autor y aquí descubrimos, por contraste, que en la literatura sucede lo contrario” (Aira, 2003). También significa lo mismo para la división conocida en el cine como películas *de autor*, *de arte* o *alternativo*, en las cuales los apellidos son símbolos de confianza de filmes de calidad; mientras que el nombre del director de las películas más taquilleras usualmente es una pequeña nota de pie de página del gran título o de los protagonistas estrella.

Para los materiales con la intención de venderse mejor se predispone el uso directo del lenguaje, esto para facilitar movimiento del mensaje, “dice lo que quiere decir, y lo ofrece como lo que es”. Por el otro lado, para Aira, la literatura busca una incompatibilidad de las formas, un uso “perverso”, ambivalente, interesado a debatir sobre las palabras y el mensaje mismo (Aira 2003). Esto sustenta la división de ambigüedad/concisión para el arte/entretenimiento.

Para ilustrar este argumento, el escritor argentino usa para ejemplo la declaración de Umberto Eco sobre su novela *El nombre de la rosa*. Él se propuso hacer “una novela policial que se desarrollara en un monasterio del siglo XII”. Es un objetivo simple de enunciar, una meta realizable en cuanto tal. Mientras que el lado opuesto resulta “un laberinto de propósitos fallidos y resultados inesperados. ¿Qué se propuso Cervantes al escribir el Quijote, Byron el

Don Juan, Kafka La metamorfosis?” Para Cesar Aira, “sus intenciones no cabrían, aun cuando pudieran expresarse de modo claro (¡aun cuando existieran!), en una límpida frase satisfecha como la de Eco” (Aira, 2003). Este mismo tema tratado por el mismo Umberto Eco, *Opera aperta* (1962).

Sin embargo, el escritor argentino evita coincidir con la denuncia frecuente, y para él equivocada, de quienes afirman que el bestseller “es un atentado contra la cultura”. Considera que estos materiales ofrecen información en diversos campos de conocimiento – historia, economía, política, geografía–. Así la importancia radica en la observación y no tanto en el material. También la cuestión de la caducidad de estos productos se ha desvanecido debido a las películas que han sido blockbusters en años y décadas pasadas cuya permanencia se ha mantenido. Lo que significa que no se han olvidado con el paso acelerado del consumismo despilfarrador y se convierten en objetos culturales de referencia.

En el dilema, “las fronteras que separan el arte del *entertainment* son en gran parte resultado de apreciaciones subjetivas. [La división] muchas veces es indicio del año que naciste o del color de tu piel” (Martel, 2011: 147).

Otra vez Martel recuerda a Pauline Keal cuando le escribe al director de la Nouvelle Vague, “Mientras más marxistas son tus películas más acomodado es tu público, Godard”. Para ella la crítica de Hannah Arendt y Theodor Adorno a la cultura de masas es snob, provenientes de la época del high culture y low culture, ahora esos límites son menos estrictos y determinados, aun menos en los tiempos en que Bob Dylan ha ganado el Nobel de literatura.

Con los directores Pierre Jeunet y Christopher Nolan se traspasa el “cine de autor en películas de gran público” volviendo esa “investigación intimista” que caracteriza a las películas de autor “a superproducciones de gran éxito popular” (Lipovetsky, 2009: 71). Ahora “el abismo que separaba el cine artístico del cine comercial es menos patente” ya que las existen “películas de autor con gran capacidad comercial” (Lipovetsky, 2009: 72).

Los ejemplos continúan en lo más popular de las últimas décadas: el cine de superhéroes cuando los grandes estudios en su proceso de producción de blockbusters, recurren a autores

fílmicos con una visión cinematográfica personal y con una carrera de respaldo como creadores que innovan el medio. En las películas de superhéroes se recurrió a Ryan Coogler en *Black Panther*, Patty Jenkins en *Wonder Woman*, Taika Waititi en *Thor: Ragnarok*, James Mangold en *The Wolverine* y *Logan* y la fracasada relación de Edgar Wright en *Ant-Man*, esta última muestra de que aún se encuentran en conflicto la mercancía taquillera y la visión personal de los autores.

Para concluir, el dilema arte/entretenimiento proviene de las posibilidades de interpretación disponibles con las cuales las películas son producidas siguiendo su sentido. Una distinción usada para crear más distinciones desde diferentes observadores en concordancia con sus respectivos funcionamientos. Es una distinción hecha y reproducida, mantenida y estabilizada con constante riesgo a la disolución, pero que se sostiene por operaciones y comunicaciones hechas para perpetuarla.

El cine como sistema comunicativo tiene sentido y función. El arte tiene la posibilidad de observar al cine y tratarlo con sus propias operaciones, buscando siempre la consecución de su propio sentido. El cine observa también al arte en ese proceso y de igual manera lo trata con sus operaciones, desde el programa de entretenimiento como información que emitir por los medios de comunicación masiva.

6.3 Conclusiones.

Propósito de este trabajo fue construir un marco teórico que articule la comprensión del cine dentro de Teoría de Sistemas Sociales Autopoiéticos. Por consiguiente, se observó desde este aparato conceptual para describir el funcionamiento de la comunicación cinematográfica de la sociedad. Así se logró describir el proceso de observación del sistema cinematográfico, diferenciando su clausura operativa y sus acoplamientos estructurales.

Para este objetivo se examinaron descripciones previas y posturas epistemológicas de la comunicación hacia los medios de comunicación masiva, se mostraron sus deficiencias explicativas y sus diferencias disponibles para la descripción abarcadora del cine en la sociedad.

Con esta descripción se obtiene un aporte más para la comprensión de la sociedad desde la comunicación cinematográfica.

El cine es una comunicación que produce sentido, este es *el argumento principal del trabajo*. Ese sentido, relato cinematográfico, describe las consecuentes diferencias autorrealizadas que establecen un sistema. La descripción se realizó de forma teórico-abstracta que permite aplicación a casos de análisis concretos, tanto de películas como de eventos ocurridos en el mundo.

En la clausura operativa del cine, el código relato-fílmico/no-relato-fílmico contiene las tres dimensiones del sentido. También dentro de la clausura, la comunicación cinematográfica contiene especificidades en cuanto al proceso comunicativo (*information-mitteilung-verstehen*), tiene a la emoción como medio de comunicación simbólicamente generalizado y a la percepción emotiva como mecanismo simbiótico. Su paradoja se describió desde las distinciones de la ficción y lo relatado, donde en lo ficticio nada es real y todo lo es, mientras que en el relato se intenta la imposibilidad de relatar el infinito en una acción sin esperanza alguna.

En cuanto sistema, su memoria contiene identidades de sentido, temas, géneros, funciones y lenguaje propio. Así mismo, dentro de sus límites existe una diferenciación interna, con subdiferencias, entre audiencia y organizaciones.

Los acoplamientos estructurales descritos se establecen con otros sistemas diferenciados. Aquí fueron la taquilla, clasificación y censura, derechos de autor y copyright, análisis científico, tecnología, publicidad y noticias, y el caso peculiar de la relación del entretenimiento y el arte. Para una visualización del funcionamiento del cine en clausura operativa y acoplamientos estructurales véase los mapas conceptuales en el anexo.

Con este argumento, la comunicación cinematográfica se constituye como un sistema social diferenciado.

De este argumento se desarrollan otros subsecuentes. Comenzando, *el cine no es un centro de la sociedad*. Las descripciones de la sociedad actual estriban en diferentes adjetivos con

el fin de encontrar su particularidad epocal. Aunque es difícil encontrar cierta esencia cuando no hay una distancia temporal, se le ha llamado sociedad mediatizada entre otras descripciones. Esta se piensa desde la predominancia de la televisión, el cine, las redes sociales y de comunicación por el Internet. Sin embargo, al atribuir lo mediático se suele resaltar la cualidad de espectáculo. Aunque resulte evidente la expresión al inicio de este párrafo con ella se hace posible analizar el sentido de una sociedad mediatizada. No en cuanto espectáculo que controla todas las comunicaciones, sino como una utilización de medios.

También, para comprender el funcionamiento del cine se necesita *conocer cómo observa*. Por lo tanto, aquí se describió la operatividad de las observaciones que la comunicación cinematográfica realiza en sus distintas distinciones y de sus acoplamientos estructurales. Así se mostró la aplicación de la arquitectura conceptual de sistemas para la descripción del cine como un fenómeno social.

La complejidad de la comunicación cinematográfica si se establece como un lenguaje permite el acoplamiento entre conciencia y comunicación, al mismo tiempo es un sistema comunicativo guiado por un sentido de observación del mundo.

La comunicación cinematográfica masiva aporta comunicación para la autopoiesis de la sociedad al crear nuevos eventos que son producto de sus observaciones. La observación de segundo orden posible por el cine genera autorreflexividad e hipercomplejidad. Mantiene la comunicación en marcha a través de reforzamientos, conflictos y nuevos temas o perspectivas de observar los temas.

Por otro lado, se puede encontrar la entropía de la comunicación cinematográfica. Al igual que la sociedad, el cine resulta incontrolable para instituciones o individuos. Se autorregula en la sociedad con los acoplamientos estructurales y funciona de acuerdo con su clausura operativa.

Otro argumento importante es entender que la comunicación cinematográfica puede ser masiva y no masiva. Con ello, aunque no se contiene en sistemas de interacción por la falta de presencia, permite una comunicación entre individuos a través de su sentido, sin ser

necesariamente expuesta por los medios de comunicación masiva. Cuando se habla de cine primordialmente es observando a los medios de comunicación masiva, sin embargo, es posible entender su lenguaje en espacios no masivos con edición de videos caseros.

Asimismo, las utilidades y deficiencias de otras descripciones de la comunicación encaminada a los medios masivos se observaron específicamente en cada descripción hacia sus bases conceptuales y las consecuencias que limitaban la comprensión del cine. Se complejizó desde la epistemología para lograr un conocimiento fundamentado. La observación de segundo orden realizada en el capítulo tres sobre las descripciones anteriores del funcionamiento de la comunicación masiva, permitieron diferenciar los procesos desde la teoría de sistemas. Inclusive muestran casos más particulares del funcionamiento concreto del cine, como el knowledge gap y la espiral del silencio. El primero como el análisis entre el acoplamiento del cine y la economía y el segundo en términos de la elección de temas, historias y forma de tratar los temas que se hacen desde la memoria del sistema, siguen siendo útiles para observar casos específicos.

Igualmente, se profundizó en el acoplamiento entre los sistemas de medios de comunicación masiva y de arte. La comunicación cinematográfica, en su clausura operativa, encuentra posibilidades de complejidad al producir sentido con prestaciones de estos sistemas. También se presenta la equivalencia entre arte y comunicación masiva. El sentido desde la dimensión de ego/alter, realiza selecciones con los códigos *informable/no informable* y *consecución/malogramiento* con la función de que la comunicación sea vista o escuchada en términos específicos. Toda comunicación es hecha con esta dimensión del sentido, aquí los medios de comunicación masiva y el arte encuentran un acoplamiento estructural, el arte para que logre consecución tiene que ser visto, escuchado o experimentado y los medios masivos logran observarlo como informable sin invadir su clausura. No como noticia ni como publicidad, el cine devela ciertos filmes como un acoplamiento entre entretenimiento y arte.

La unidad de la diferencia, el nexo, entre el entretenimiento y el arte en el cine es el *relato*, la historia que puede ser tanto entretenida como artística, que encuentra por sí misma un estatuto independiente y con posibilidades de pertenecer a uno o a otro.

Finalmente, cuando el cine se constituyó como sistema social observador se demostró que enseña a observar con su estructura, por medio de historias, de narraciones dramáticas. Con la hipótesis de este trabajo: *El cine comunica audiovisualmente observaciones narrativas sobre la sociedad, presentadas en la diferencia de entretenimiento o arte, y forma parte del sistema de medios de comunicación masiva*, se permitió guiar el proceso que describe específicamente cómo es el *comunicar audiovisualmente*, cómo *observa* el cine, cómo es esa *diferencia* entre entretenimiento/arte y entender a los *mass media*. También se descubrieron otros procesos constitutivos de la comunicación cinematográfica, como sus mecanismos simbióticos, su paradoja, sus medios de comunicación simbólicamente generalizados, su memoria, su diferenciación interna en audiencia y organizaciones, y sus acoplamientos estructurales.

Algunas preguntas que deja este trabajo para posteriores investigaciones son las posibilidades de estudiar la intención (sentido) a partir del cine en fenómenos sociales, construyendo análisis de problemáticas contemporáneas que requieran del marco teórico propuesto aquí. ¿Cómo el sentido del cine les da un orden a las emergencias comunicativas actuales? Cuando existen narraciones sobre violencia, género, política, salud, también se construyen con un sentido de relato.

Por último, con el entendimiento de la pregunta ¿cómo se describe esta sociedad actual por medio del cine?, los elementos de relato, paradoja, emotividad, funciones, y referencialidad al cine mismo se convierten en herramientas de comprensión para la sociedad.

Bibliografía.

- Adorno, Theodore; Horkheimer, Max (2009) *Dialéctica de la ilustración*. Capítulo “Industria cultural. Editorial Trotta. Madrid, España.
- Alonso Marcos, Felipe (2010) *La evolución de la teoría de los efectos de los medios de comunicación de masas: la teoría de la espiral del silencio a partir de la construcción de la realidad social por parte de los medios de comunicación de masas*. Treballs de recerca dels programes de postgrau del Departament de Comunicació Curs: 2009/2010 Universitat Pompeu Fabra. Barcelona, España.
- Aristóteles (2015) *Retórica*. Editorial Gredos. Madrid, España
- Arnold C., Marcelo (1991) *Reseña del libro "La sociedad sin hombres: Niklas Luhmann o la teoría como escándalo"* del autor Ignacio Izuzquiza. Barcelona, Editorial del Hombre Anthropos, 1990. 350 págs. en Estudios Sociales. Nº 68, trimestre 2: 155-157, 1991. Universidad de Chile.
- Baudrillard, Jean (1974) [Original 1972] *Crítica de la economía política del signo*. Décimo sexta reimpresión 2011. Siglo XXI. México.
- Baudrillard, Jean (1998) [Original 1981] *Cultura y simulacro*. 5th ed. Kairos. Barcelona.
- Benjamin, Walter (2008) *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*. Primera redacción. Abada. Madrid, España.
- Corsi, G., Baraldi, C., Esposito, E., Luhmann, N., & Romero Pérez, M. (1996) *Glosario sobre la teoría social de Niklas Luhmann*. Anthropos. Guadalajara, Jalisco; UIA; ITESO. México
- Derrida, Jacques (1989) [Original 1967] *La escritura y la diferencia*. Anthropos, Barcelona.
- Derrida, Jacques (2008) [Original 1967] *De la gramatología*. Siglo XXI. México.
- Echeverría, Bolívar (2010) [Original 2001] *Definición de la cultura*. Fondo de Cultura Económica, Editorial Itaca. México
- Ford, Aníbal (1988) *Cultura popular y (medios de) comunicación* en Cuadernos, No. 13. Instituto Nacional de Antropología y Pensamiento Latinoamericano. Buenos Aires, Argentina.
- Foucault, Michel (2010) [Original 1966] *Las palabras y las cosas*. Siglo XXI. México.

- Fronzizi, Risieri (2011) “Estudio preliminar” en *Discurso del método* de René Descartes. Alianza Editorial. Madrid, España.
- Gaarder, Jostein (1995) *El mundo de Sofía*. Editorial Patria y Ediciones Siruela, México.
- García Blanco, José María (2003) *La construcción de la realidad y la realidad de la construcción* en *Doxa Comunicación: revista interdisciplinar de estudios de comunicación y ciencias sociales*, N.º 1, 2003, págs. 149-170.
- Innerarity, Daniel (1987) *La ilustración sociológica de Niklas Luhmann* en *Revista de fundamentación de las Instituciones Jurídicas y de Derechos Humanos*, ISSN 0211-4526, N.º. 17, 1987, España.
- Hall, Stuart. (1980) *Codificar y Decodificar*, en *Culture, Media Y Language*, London, Hutchinson. Pág. 129-139. Disponible en: [http://perio.unlp.edu.ar/catedras/system/files/hall._codificar-decodificar.pdf]
- Lipovetsky, Gilles (2009) [Original 2007] *La pantalla global. Cultura mediática y cine en la era hipermoderna* Anagrama. Barcelona.
- Luhmann, Niklas (1985) [Original de 1982] *El amor como pasión. La codificación de la intimidad*. Ediciones Península. Barcelona, España.
- Luhmann, Niklas (1993) “Deconstruction as Second-Order Observing” *New Literary History*, Vol. 24, 763-782.
- Luhmann, Niklas (1996) [Lecciones de 1992] *Introducción a la teoría de sistemas*; publicado por Javier Torres Nafarrate. Universidad Iberoamericana; coedición ITESO Guadalajara y Editorial Anthropos. México.
- Luhmann, Niklas (1998) [Original 1984] *Sistemas Sociales: Lineamientos para una teoría general*. Editorial Anthropos; coedición Universidad Iberoamericana, México, Centro Editorial Javeriano, Bogotá.

- Luhmann, Niklas (2000) [Original 1995] *La realidad de los medios de masas*. Editorial Anthropos. Barcelona.
- Luhmann, Niklas (2005) [Original 1995] *El arte de la sociedad*. Editorial Herder y Universidad Iberoamericana. México.
- Luhmann, Niklas (2007) [Original 1997] *La sociedad de la sociedad*. Editorial Herder. México.
- Luhmann, Niklas (2009) [Original 1980] *¿Cómo es posible el orden social?* Editorial Herder. México.
- Luhmann, Niklas (2015) *Comunicaciones y cuerpo en la Teoría de los Sistemas Sociales*. Capítulo I Paradojas, simbiosis e intereses. Universidad Nacional Autónoma de México y Ediciones La Biblioteca. México.
- Martel, Frédéric (2011) *Cultura Mainstream. Cómo nacen los fenómenos de masas*. Santillana Edicione, Editorial Taurus. México.
- Martínez Merling, Raúl & Gomezjara, Francisco A. (1988) *Praxis cinematográfica*. UAQ y Ediciones Nueva Sociología. México.
- McLuham, M., & Ducher, P. (1996) [Original 1964] *Comprender los medios de comunicación: Las extensiones del ser humano* Paidos Iberica. Barcelona.
- Oxford (2016) *Word of the Year 2016 is...* Disponible en [<https://en.oxforddictionaries.com/word-of-the-year/word-of-the-year-2016>]
- Pignuoli Ocampo, Sergio; Zitello, Matías Alejandro (2011) *Tensiones y quiebres teóricos del concepto de comunicación de Luhmann*. Estudios Sociológicos, vol. XXIX, núm. 87, septiembre-diciembre, 2011, pp. 925-947. El Colegio de México, A.C. Distrito Federal, México.
- Sáenz de Buruaga, Gonzalo / Val del Omar, María José (ed.). (1992) *Val del Omar sin fin*. pp. 57-60. Granada: Diputación de Granada

- Sánchez, Rocío (2016) *Extimidad. Exhibir lo íntimo*. En Letra S, Número 234, jueves 7 de Enero del 2016. Distrito Federal, México.
- Scolari, Carlos A. (2012) *Enseñar las hipermediaciones: entre el cine y las teorías de la comunicación (I)*. Archivo digital disponible en [<https://hipermediaciones.com/2012/01/14/ensenar-hipermediaciones-cine-teoria/>]
- Schwanitz, Dietrich (2016) [Original de 1999] *La cultura. Todo lo que hay que saber* Penguin Random House Grupo Editorial. Ciudad de México, México.
- Urteaga, Eguzki (2009) *Orígenes e inicios de los estudios culturales*, en *Gazeta de Antropología*, 2009, 25 (1), artículo 23.
- Wright Mills, C. (2003) [Original 1959] *La imaginación sociológica* Capítulo 2 “La gran teoría” Editorial, País.
- Zamorano Farías, R & Rogel-Salazar, R (2013) “El dispositivo de poder como medio de comunicación: Foucault – Luhmann”. *Política y Sociedad*, Vol. 50 Núm. 3, 959-980.

Artículos.

- Aira, Cesar (2003) *Bestsellers y literatura. Vigencia de un debate* en *La Nación*, domingo 28 de diciembre. Disponible en [<http://www.lanacion.com.ar/558796-best-sellers-y-literatura-vigencia-de-un-debate>]
- Amón, Ruben (2016) ‘*Posverdad*’, *palabra del año* en *El País*. Disponible en [https://elpais.com/internacional/2016/11/16/actualidad/1479316268_308549.html]
- Ball, Philip (2016) *Los científicos que creen posible que el universo que nos rodea no sea real* en *BBC Mundo*. 9 octubre 2016. Disponible en [<https://www.bbc.com/mundo/vert-earth-37355792>].
- Bustos Gorozpe, Fernando (2015) *¿De qué hablamos cuando hablamos de cine?* en *Nexos*. 11 diciembre de 2016.

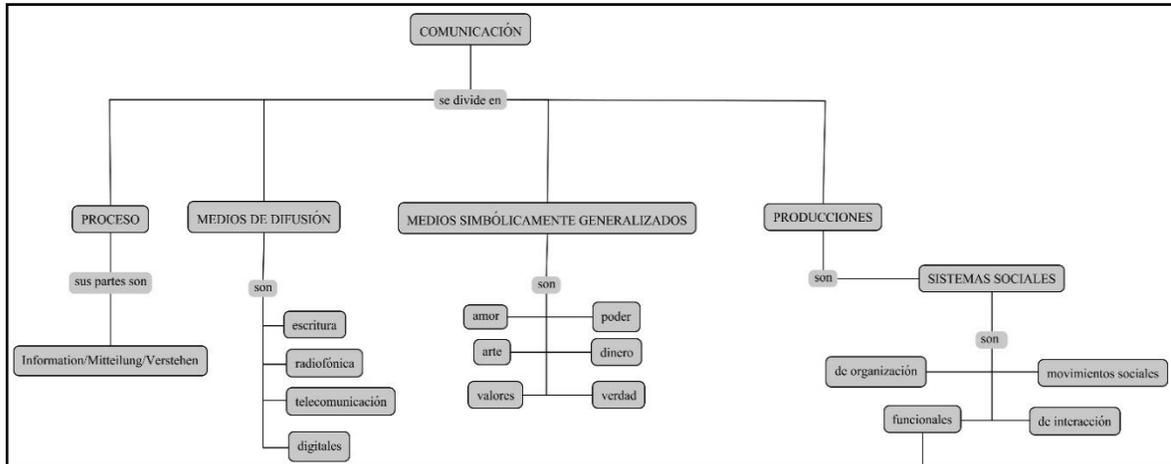
CIESPAL (2018) Disponible en: [<http://catedras.ciespal.org/martinbarbero/biografia-jesus-martin-barbero/>].

Ruiz Arreola, Israel (2016) *Sobre las películas de superhéroes* en Revista Icónica. Pensamiento fílmico, 2 de marzo de 2016. Disponible en [<http://revistaiconica.com/sobre-las-peliculas-de-superheroes/>]

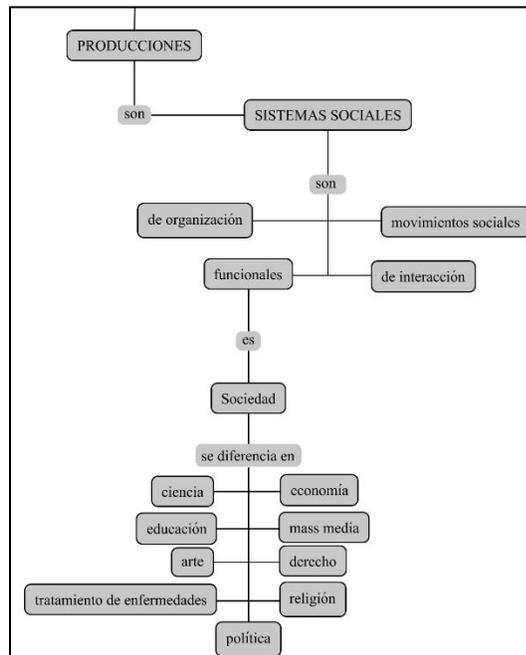
Todd VanDerWerff, Emily (2019) *Here's what Disney owns after the massive Disney/Fox merger* en *vox.com* Disponible en [<https://www.vox.com/culture/2019/3/20/18273477/disney-fox-merger-deal-details-marvel-x-men>]

Anexo.

1. Mapa conceptual de la comunicación.



2. Mapa conceptual de las producciones comunicación.



3. Mapa del cine de la sociedad.

