



Las opiniones y los contenidos de los trabajos publicados son responsabilidad de los autores, por tanto, no necesariamente coinciden con los de la Red Internacional de Investigadores en Competitividad.



Esta obra por la Red Internacional de Investigadores en Competitividad se encuentra bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivadas 3.0 Unported. Basada en una obra en riico.net.

El modelo neoclásico para la renovación de la industria cinematográfica

*Riccardo Sironi*¹

Resumen

El cine de estas últimas décadas se distingue por ser privado de una corriente artística como aquellas que estaban en auge en el pasado y que pueda ser indispensable para levantar el nivel intelectual de las películas de hoy en día.

Para que una película pueda considerarse exitosa, un director tiene que analizar cuáles fueron los factores que permitieron a los grandes artistas del cine de alcanzar un lugar tan importante, tanto para los críticos, como para los espectadores.

La mirada de este ensayo se centra en identificar las causas de dicho éxito en el balance entre estilo clásico y moderno; el ejemplo de la película “La la land” es necesario a demostración de la tesis que se quiere sustentar.

Palabras clave: Cine clásico, cine moderno, moda.

Abstract

The cinema of these last decades is distinguished by being deprived of an artistic current like those that were booming in the past and that may be indispensable to raise the intellectual level of today's films. In order for a film to be considered successful, a director has to analyze what were the factors that allowed the great cinema artists to reach such an important place, both for critics and for viewers. The focus of this essay is to identify the causes of this success in the balance between classic and modern style; the example of the movie "La la land" is necessary to demonstrate the thesis that is to be sustained.

Keywords: Classic cinema, modern cinema, fashion.

^{1 1} Universidad de Guadalajara, Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas

El cine es un arte en continuo desarrollo y múltiples fueron las corrientes artísticas y filosóficas que lo constituyeron a través de los años. A la fecha puede ser interesante aclarar la esencia misma de la película como forma de entretenimiento, y al mismo tiempo como medio de comunicación. Para ordenar un poco la índole del cine contemporáneo, contestar las preguntas a continuación es un buen punto de inicio:

¿Un director tiene siempre que escoger entre realizar un producto “intelectual” o uno de taquilla, o puede cumplir con un filme tanto artístico como comercial? ¿Cuál es el fenómeno que hoy en día permite a una película el éxito a la taquilla? ¿Cómo puede un film – maker conocer el balance perfecto entre autoría y “comercialidad” de una película, sobre todo en un momento totalmente privado de corrientes artísticas?

Estas preguntas pueden considerarse como una línea guía para propiciar un avance a los productos cinematográficos que desde hace un par de decenios parecen padecer de una profunda crisis creativa e ideológica. Para contestar de manera cumplida es necesario hacer un paso atrás y reflexionar acerca de los autores que tuvieron más éxito en la historia del cine y ver cuáles son los factores que los acomunan.

Sin duda alguna, autores como Chaplin, Hitchcock, Kubrick y Scorsese, solo para mencionar algunos entre los más famosos, son directores que lograron la “empresa perfecta” de saber fusionar completamente su autoría con el éxito de taquilla; ¿qué es que les permitió ser tan apreciados por el público y al mismo tiempo ser tanto un objeto de estudio en los cursos de cine, como un recurrente tema de debate en las mesas redondas de los intelectuales? Seguramente son factores de primera importancia, por un lado, la dedición y el perfeccionismo en la realización fílmica; por otro lado, la simplicidad del mensaje superficial que el espectador puede captar en total antítesis con la profunda complejidad de las preguntas que dichos autores pueden levantar después de un análisis interpretativo más profesional. Esta, pero, es solo la punta del iceberg, en cuanto un rasgo principal es constituido por la innovación estilística con la cual concertaron sus películas y mediante la cual comunicaron con el público; lamentablemente este es un factor que no se suele considerar con la importancia que merece, pero es un componente primario en la expresión comunicativa.

En primera instancia, es interesante mencionar una definición que Echeverría (2008) otorga al concepto de modernidad:

“la característica determinante de un conjunto de comportamientos que aparecen desde hace ya varios siglos por todas partes en la vida social y que el entendimiento común reconoce como discontinuos e incluso contrapuestos [...] a la constitución tradicional de esa vida, comportamientos a los que precisamente llama “modernos”. (: 1)

Esta es una definición muy genérica que, para el fin del ensayo, es bueno relacionar también con la explicación de Durán Vázquez (2008) del mismo concepto y aplicarla metafóricamente al ámbito cinematográfico:

La modernidad se inauguró en Europa en el Siglo XVI, momento a partir del cual se produjeron una serie de acontecimientos de diferente índole que alteraron gradualmente la estructura y la mentalidad de estas sociedades. [...] Todos estos hechos acabaron convergiendo en una misma dirección, invirtiendo radicalmente la superioridad, [...] entre la vida contemplativa y la vida activa. La consecuencia de dicha inversión de un cambio del punto de vista antropológico, cambio en virtud del cual los hombres comenzarán a ser estimados por los esfuerzos realizados para transformar la naturaleza de su propio beneficio y en el del conjunto de la sociedad. (: 1 y 2)

Los autores mencionados consideran que el concepto de moderno, implica un cambio tanto en ámbito comportamental, como en la mentalidad de una sociedad.

Para contextualizar las citas en ámbito cinematográfico, los directores mencionados lograron exactamente cuánto descrito: un cambio en el empleo del significante cinematográfico, de la narrativa o de la interdisciplinariedad del contenido (análogo a un cambio de conducta) que se intrapersonalizó, a nivel social, en los diferentes directores que se basaron en las innovaciones obtenidas (análogo al cambio de la mentalidad). Para ser más precisos, los artistas propiciaron un avance al séptimo arte, exactamente como un descubrimiento científico es realizado por un hombre y se queda a disposición de otros investigadores para implementar ulteriormente el desarrollo de la materia en objeto de estudio.

Bajo otra mirada, las películas de Hitchcock o las de Chaplin, solo para mencionar dos grandes autores, lograron el cambio de un soporte artístico, y, más en general, de una moda; Chaplin, que nació como artista de cabaret, modificó el soporte técnico de sus representaciones cambiando la locación, pasando de un teatro a una pantalla; esto le permitió un más amplio número de espectadores. De hecho, las tomas del genial autor, solían ser de planos medios o planos general para enfatizar cinematográficamente aquel espacio escénico al que estaba acostumbrado en teatro y que constituía parte fundamental de la acción dramática. El cambio de soporte de la misma representación artística, crearon a nivel mundial el “fenómeno Charlot”.

Contrariamente, Hitchcock logró modificar la estructura narrativa de las películas del terror, introduciendo la mirada interdisciplinaria de la psicología; el caso de *Psycho* (1960) fue un punto neurálgico para las creaciones de películas del mismo género que siguieron a su estreno: la muerte

de la actriz principal al medio de la cinta, inicialmente fue una elección atrevida, pero, luego se convirtió en una decisión feliz, objeto de innumerables imitaciones. Por la primera vez en la historia del cine, un director descentró el climax de un relato de suspenso desde el final, hasta la mitad de la narración.

Ambos, entonces, crearon una moda; Ruiz Molina (s.f.) identifica que una moda: “hace referencia al uso o costumbre que tiene una comunidad determinada en un momento concreto” (: 1), y, más en el específico, identifica la moda como: “un fenómeno social, que condiciona los comportamientos de los individuos y que se ve afectada por los cambios que se produzcan en la economía, la política, las relaciones personales.” (*ibidém*: 1).

Entonces, dos son las palabras clave que pueden unir la opinión hasta ahora sustentada: la sociedad y la moda.

El cine es un lenguaje, pero es también un arte social influenciado por los cambios de la mentalidad y la evolución de los espectadores; si el cine es un fenómeno social, exactamente como la moda, entonces, ¿se puede definir el cine una moda? Yo creo que la relación entre las dos formas artísticas es más fuerte de lo que se pueda pensar, en cuanto el arte, según Aristóteles, es imitación de la realidad y esta definición soporta perfectamente tanto la moda, como el cine. Giordano (2014) demuestra el concepto de imitación intrínseco a la moda y afirma que es un proceso necesario a la división de la sociedad en clases sociales, basado en una continua dialéctica entre imitación y deseo de distinción; sin estas tendencias una moda no puede nacer, ni se puede difundir.

Según la autora, la moda pone su pilar en un dialogo perpetuo entre imitación, por parte de las clases más bajas que quieren aparentar su pertenencia a una clase que no le corresponde, y distinción, por parte de las clases más altas que buscan la manera para despegarse de la “amenaza” de parecer pertenecientes de una clase más baja.

También en el cine existe esta dialéctica entre imitación y distinción, pero en forma diferente: el cine imita la sociedad reconstruyéndola en estudios y en sus producciones, y, al mismo tiempo la sociedad imita el estilo de aquella representada en una película. Cuando es la realidad a imitar el cine, y no viceversa, la película objeto de imitación, puede considerarse como un “cult movie”. La imitación del cine, pero, no es relegada solamente al concepto de realidad social o sociedad representada, más bien, existe una forma de emulación del cine hacia el cine mismo; esta es una concreta analogía con la industria de la moda: el cine propone películas que se inspiran en otras películas, y propone corrientes artísticas que copian o sugieren una fusión entre géneros.

Es el caso mencionado de *Psycho* (1960), película que innovó el género thriller y que sirvió como musa para muchos directores, por ejemplo, si se considera la realización de “*Profondo Rosso*” (Dario Argento, 1975). En otros términos, *Psycho* (1960) creó una moda.

A éste punto, para continuar con la demostración del ensayo, es necesario recordar la diferencia entre moda y el concepto de moderno: el primero indica una escisión y una partición de clases sociales en la que la más baja trata imitar la más alta; el segundo es un concepto mucho más complejo y está en relación con la idea de innovación, de la novedad que marca el cambio de una sociedad. Entonces, aunque en primera instancia pueden parecer sinónimos, la diferencia es muy grande en cuanto la modernidad afecta la esencia de una sociedad, la moda interesa su apariencia. Esto claramente es un asunto importante para regresar a considerar el cine y la clave del éxito que tuvieron los grandes directores: algunos crearon una moda, otros crearon una modernidad. Gutiérrez Correa (2014) identifica las causas del nacimiento del concepto de modernidad en el cine:

“El cine moderno surge bajo dos lemas estéticos e ideológicos: mostrar una realidad objetiva del ser humano, y no hay nada más objetivo que el sujeto, su condición de sujeto insatisfecho pues no siempre el ser humano alcanza el objeto deseo, llámese amor, fortuna o éxito como lo mostraba el cine clásico. El segundo lema del cine moderno es el concepto de cine de autor. [...] El cine moderno se caracteriza por la validación del director como autor único del film, él es quien debe expresar su arte siendo la cabeza creativa del film y mostrando su visión del mundo.” (: 6)

Lo anterior era necesario para demostrar que corrientes artísticas como, por ejemplo, la Nouvelle Vague, o el New American Cine, proponiendo una forma estilística diferente de la semiótica y del lenguaje cinematográfico², pueden considerarse películas de tipo moderno. En paralelo, películas que crearon una moda, fueron por ejemplo: “*Rebel without a cause*” (Ray, 1955) “*Saturday Night*

^{2 2} El lenguaje moderno del cine, pero también su estructura artística, consta del empleo de actores no profesionales, una radical discusión acerca de la semiótica del filme gracias a innovaciones en ámbito del guion, de las tomas, y del montaje. Una película moderna se cuestiona acerca de cómo proponer las nuevas temáticas objeto de la representación del universo humano. Las necesidades artísticas de encontrar una forma expresiva nueva para salir del estancamiento del estilo clásico y de los códigos impuestos durante las dictaduras (sobre todo en Italia y Alemania), conllevaron los directores a emplear diversamente el montaje y las narrativas. Es desde la mitad de los años '40 que se introdujeron artefactos como los planos secuencia, el montaje sincopado, iluminación natural, y sonido directo; esto para hablar meramente de los aspectos técnicos. Ampliando la mirada a nivel narrativo, el cine moderno introdujo una estructura compleja del relato fílmico: empleo constante de flash back o flash forward, descomposición entre introducción, desenlace y conclusión, y recurso al final abierto o rechazo al empleo del clásico final feliz.

Fever” (Badham, 1977), “*Easy Rider*” (Hopper, 1969), “*The Blues Brothers*” (Landis, 1980), solo para citar algunos títulos; estas no son simples películas generacionales que fotografían una sociedad contemporánea, el juego intelectual que propician es mucho más interesante: imitan la realidad, pero al mismo tiempo proponen un nuevo estereotipo, creando una nueva moda. Esta es la *condicio sine qua non* para que una cinta pueda considerarse un cult movie: el filme no innovó el estilo cinematográfico, su gran éxito fue aquello de proponer un modelo al cual los jóvenes de todo el mundo se inspiraron en sus costumbres o en su filosofía.

Ambos los casos, cine moderno y cult movies, aportaron un gran avance a la industria cinematográfica. Los directores mencionados por un lado se diferenciaron para haberse cuestionado acerca del referente cinematográfico o de la estructura narrativa de sus películas; por otro lado, lograron representar una sociedad y dialogar con ella por medio de la creación de nuevas modas y estereotipos generacionales.

La evidencia mayor de directores que hicieron de su forma artística un diálogo con el referente de la realización cinematográfica es, sin duda, la huella dejada por corrientes como la Nouvelle Vague, en el específico mediante las películas de Jean – Luc Godard; claramente, también los estudios de Ejzenštejn constituyeron un debate acerca del léxico cinematográfico, pero el discurso es diferente en cuanto sus películas se caracterizaron por ser manifiestos de apología de masa (con fines políticos) y las innovaciones estilísticas que aportó no tuvieron como fin aquello de modificar un estilo cinematográfico, sino aquello de teorizar una caligrafía de la película en su forma expresiva y en su contenido contextual, hasta ese entonces, virgen de un código semántico.

Autores como Stanley Kubrick aportaron un fuerte cambio en cuanto su forma representativa conlleva en paralelo una semiótica de tipo clásico a secuencias meramente de tipo moderno; no solo esto, sino también, una narrativa compuesta de finales abiertos que ofrecen amplias interpretaciones con el auxilio de las teorías psicológicas.

Dejando, por un lado, momentáneamente el concepto de moda y de cult – movie, entonces, ¿cuál es la grande enseñanza que estos autores pueden otorgar a las actuales o futuras generaciones de cineastas? Con el respaldo de cuanto, escrito hasta ahora, es sencillo entender que un autor tiene que modernizar el estilo clásico del cine para proponer un re – lectura del mismo y proveer una versión innovadora tan fuerte al punto de ser considerada como moderna.

Entre las definiciones propuestas por la RAE, el concepto de clásico se relaciona a un autor o a una obra para ser: “modelo digno de imitación en cualquier arte o ciencia”.

Con base en la definición de la RAE, es interesante considerar el concepto de imitación que se mencionó anteriormente: imitación de la realidad, pero, también, imitación de la misma ciencia en

una óptica meta – discursiva que tenga el fin de propiciar un avance investigativo a su misma forma esencial. Esta puede ser una interpretación de cuanto afirma Gadamer cuando:

“sostiene que interpretar una obra supone una relación dialéctica entre el horizonte pasado del texto y el horizonte actual del lector. En el marco de ese diálogo, la comunicación se establece a partir de las preguntas que se le puedan formular a la obra desde nuestro punto de vista parcial, ubicado en el presente.” (Citado en Marrón, s.f. :615 y 616)

El autor se refiere a cualquier persona quiera interpretar su trabajo artístico y le provee una hermenéutica idónea para dialogar con su misma esencia y lograr una evolución personal; por no crear ambigüedades, es necesario interpretar la cita precedente como una metáfora al trabajo intelectual de un actual director de cine el cual tiene la capacidad para reinterpretar los clásicos “comunicando” con ellos para lograr una visión aplicable al presente. Este punto de vista, seguramente, es una forma para debelar la célebre aforisma de Louis Lumière: “El cine es una invención sin futuro” (citado en Caramés Lage, 1999 :125) y afirmar que “el cine es una invención que tiene un futuro, porque tiene un pasado”, exactamente como todas las formas artísticas y las innovaciones científicas.

Ésta es la clave del éxito que un futuro film – maker tiene que considerar al momento de la realización de su película: tiene que basar su autoría en un diálogo perpetuo con el clásico y saberlo reinterpretar a través de un sentido connotativo moderno que concurre a la representación de las problemáticas de la sociedad contemporánea. Hasta Shakespeare entendió perfectamente esta importantísima clave de lectura y, exactamente por esto, es un autor teatral que permite muchísimas interpretaciones tanto clásicas, como modernas y hasta experimentales (tanto cinematográficas, como teatrales), gracias al carácter anacrónico de sus obras.

Un director, entonces, tiene que reconocer que una posible clave para el éxito de su película es el diálogo continuo entre el estilo clásico y el estilo moderno; esta es sin duda una hipótesis que se quiere demostrar analizando una película que logró un fuerte impacto tanto en la crítica, como en los espectadores; una película que la industria cinematográfica hollywoodiense requería para evidenciar que su producción no se limitaba a preocuparse solamente del éxito a la taquilla, sino también del valor artístico; “*La la land*” (Chazelle, 2016) representa el mejor ejemplo que se pueda considerar.

En su estreno, “*La la land*” fue considerada por muchos periodistas como Mazzei (2017): “el regreso del musical al cine”; pero esta puede parecer una visión demasiado simple y reductiva. La película, de hecho, no representa solamente el regreso del musical, más bien representa un recurso histórico de la filología cinematográfica,

entendida en sentido viconiano del término; sintetizando el pensamiento del filósofo napolitano, Masís Iverson (2010) sostiene que:

Vico encuentra las razones de los cambios históricos en la mente humana: cambia la historia porque cambia la mente. [...] Los cambios históricos se muestran a través de las leyes o patrones discernibles para el historiador, los cuales, a su vez, se traducen en grandes tendencias de comportamiento colectivo, compartidos autónomamente por distintas culturas y que se pueden distinguir cronológicamente. Vico divide la historia en tres grandes etapas o edades orientadas por la divina providencia: (a) la edad de los dioses, (b) la edad de los héroes y (e) la edad de los hombres. Lejos de ser ficciones heurísticas, todas las sociedades en su desenvolvimiento histórico realmente recorren estas etapas. (:38)

Si se relacionan las etapas mencionadas del pensamiento viconiano a la historia del cine, entonces se puede hallar que el cine está dividido en tres períodos, (a) el período del mudo, (b) el período del clásico, (c) el período del moderno y postmoderno. “*La la land*” representa perfectamente un “*ricorso storico*” viconiano aplicado al arte cinematográfica. Según Vico:

la historia no avanza de forma lineal [...], sino en forma de ciclos que se repiten, es decir, que implican siempre avances y retrocesos. Aquí *corsi* significa ‘paso o evolución de algo en el tiempo’ (el curso del tiempo, el curso de los sucesos) y *ricorsi* no significa ‘medio para conseguir lo que se pretende’, sino ‘acción y efecto de recurrir’, ‘vuelta o retorno de algo al lugar de donde salió’. La historia es recurrente. (citado en Fernández López).

El “*ricorso storico*” viconiano, se refleja en la película de Chazelle, en cuanto la innovación cinematográfica y la propuesta moderna, progresa con un diálogo continuo con el cine clásico y con los artefactos típicos del cine mudo, como por ejemplo el cierre de una secuencia mediante un fundido en iris.

Entrando en el vivo del análisis de la película, es inevitable recordar que la hermenéutica que se empleará a continuación será finalizada a demostrar la fusión de las diferentes etapas y el logro de una nueva propuesta estética del cine.

La primera imagen con la cual el director inicia la película indica el empleo del CinemaScope, un formato en auge desde la primera mitad de los años ’50 hasta el 1967:

“El CinemaScope utiliza 4 perforaciones y 24 fotogramas por segundo. Pero el nuevo formato no sólo ofrecía una imagen más ancha, sino que también ofrecía 4 pistas magnéticas de sonido en 35mm (canales izquierdo, central, derecho y surround) todas ellas independientes. En un principio, para acomodar los 4 canales de sonido en la misma película de 35mm que la imagen, el Aspect Ratio fue recortado de los 2.66 iniciales a un 2.55:1 más ajustado.” (Historia y evolución de los formatos cinematográficos :6)

El CinemaScope fue un formato explotado durante los años en que era en auge la producción de Kolosals, películas altamente espectaculares; con este prelude, Chazelle permite enseguida al espectador de percatarse que su visión no es similar a aquella a que lo acostumbró el cine de las últimas décadas. Mientras el espectador trata entender que los siguientes 128 minutos los pasará viendo una película clásica, enseguida el director propone un artefacto típico del cine moderno: un plano secuencia o, mejor dicho, un falso plano secuencia de 5'48”, exactamente como “falsa” podría decirse la pertenencia al género clásico de la película.

El plano secuencia inicial se puede considerar “falso” porque a su interior, dos rapidísimos movimientos de cámara (presentes después de 1'59” y de 3'44”) pudieran esconder un corte; pero, el verdadero indicador que permite interrumpirlo, es seguramente la pausa narrativa después de 4'42”; pausa de fundamental importancia para separar la *ouverture* donde el protagonista es el musical en su esencia, por la historia que empieza (sin música) en la autopista, totalmente bloqueada por un tráfico infernal.

Es emblemático analizar el plano secuencia inicial en cuanto encierra en síntesis todos los elementos de la narración, clásicos y modernos. A continuación, se reportan de manera esquemática las características de la secuencia inicial:

- 1) El baile proyecta el espectador en una atmósfera de optimismo e irrealidad; irrealidad que es el verdadero leitmotiv de la película que contrapone la tristeza de la realidad al optimismo típico de los sueños y de las aspiraciones al éxito por parte de los dos protagonistas.
- 2) El primer encuentro entre Mía y Sebastian permite al espectador más cinéfilo, recordar las películas del cine clásico, por ejemplo, las de Cukor o de Capra en donde los protagonistas inicialmente tienen una patente antipatía y un fuerte contraste que solo con el desarrollo de la narrativa vencen y hasta logran a enamorarse preludiando al happy ending.
- 3) Bajo una mirada narrativa, la secuencia pertenece al cine moderno en cuanto regresa al punto inicial del contexto para representar en paralelo las historias de Mía y

Sebastian. Después de 5'24" de película, un movimiento de cámara cambia el centro de interés desde Sebastian hacia Mia que constituirá un largo sintagma de 12' apto a introducir la protagonista y la diferencia entre su realidad y su aspiración; sintagma que termina con Mia que escucha tocar el piano en un lugar de Jazz. Obviamente el puente sonoro desde la música del lugar, hacia el ruido de la autopista, permite entender que quien toca el piano es Sebastian, cosa que será confirmada solamente después de la presentación del segundo personaje. Como un perfecto ejemplo de cine moderno, el puente sonoro re envía el espectador a la narración del plano secuencia inicial, más precisamente al punto en donde se dejó Sebastian por presentar a Mia. El sintagma siguiente (de la duración de 9'13") es destinado a introducir la vida y los sueños de Sebastian y como el protagonista gana lo suficiente para mantenerse. Solamente al minuto 26 y 04" se puede decretar concluida la secuencia inicial de la película, cuando una disolvencia al negro divide el primer encuentro de Mia y Sebastian con el "real" inicio de la historia; en otras palabras, solo después de 26'04" la ouverture de la película puede dejar el lugar al primer acto de la historia.

4) La autopista regresa dos veces al final de la historia, la primera vez después de 1h 47'27"; la segunda vez después – 1h 57'22", a circa veinte minutos de la conclusión de la cinta. Esta no es una secuencia casual, en cuanto puede conformar: a) una estructura narrativa cíclica, b) un doble final, perfecto tanto por el espectador más apegado a la realidad de la historia, cuanto para el más en línea con el componente irreal del relato. En último, esta secuencia permite detectar una analogía con *2001 odisea en el espacio* (Kubrick, 1968): la salida de la autopista se puede relacionar con el vaso que cae a David Bowman en la obra maestra del cine de ciencia ficción. En el caso de la película de Kubrick, el vaso cumple la caída del hueso arrojado por el mono al inicio de la historia simbolizando metafóricamente el fin del proceso de evolución del ser humano; en la cinta de Chazelle, la salida de la autopista concluye la narración significando el cierre tanto de los sueños de los protagonistas, como de sus realidades.

Analizar la secuencia inicial de "*La la land*" es solo una sinécdoque del análisis de la cinta, lo suficiente para considerar la presencia tanto de los elementos típicos del cine clásico, como del cine moderno; así como es interesante reflexionar acerca del cromatismo tanto del baile inicial, como del baile de Mia con sus *roomies*; dos bailes multicolores que encierran tanto los tonos de los vestidos que la protagonista empleará durante las cuatro estaciones, como un patente significado connotativo típico de las comedias musicales clásicas.

Muchas son las referencias al cine clásico con las cuales la película homenajea el séptimo arte: desde "*Casablanca*" (Curtiz, 1942) hasta "*Sabrina*" (Wilder, 1954); desde "*Singin' in the rain*"

(Donen y Kelly, 1952) hasta “*West Side Story*” (Robbins y Wise, 1961); esta es una interpretación obvia que no es intención de este ensayo profundizar;

más bien, el fin de este escrito es analizar el *leitmotiv* que la película de Chazelle plantea para fusionar felizmente comerciabilidad y autoría, y proponer un modernismo neoclásico. En ésta óptica, Chazelle (2016) declaró en una entrevista que:

“La la land es una película realmente diferente [...] en muchas maneras. Pero estas maneras están de acuerdo con algo muy personal para mí: ¿Cómo balancear vida y arte?
¿Cómo balancear la realidad con los sueños? Y, específicamente, ¿Cómo balancear tu relación de tu arte con tu relación con las otras personas?” (citado en La la land production notes: 2)

Las preguntas que guiaron al director a realizar la película, son la base de la ideología del filme: la relación entre estilo clásico y moderno, puede ser el significante necesario para el diálogo continuo entre realidad y sueño; diálogo exactamente reflejado en las palabras de Jeremy Irons: “Todos tenemos nuestras máquinas del tiempo. Algunas nos llevan hacia atrás, se llaman recuerdos. Algunas nos llevan hacia adelante, se les llama sueños.” (citado en brainyquote, 2017). En relación con la cinta, los recuerdos son los meta – discursos y las citas de la historia del cine; los sueños son el modernismo y el futuro de los personajes.

No solo esto, como recuerda Metz (2006), la esencia misma del cine es parecida a un sueño, un sueño consciente de un espectador que observa la historia en una pantalla; exactamente como una visión onírica que se vuelve en recuerdo al momento del amanecer y existe solo si representada, una cinta tiene el mismo destino después de los créditos finales y de la luz en sala que “despierta” el espectador.

En este diálogo realidad – sueño, entendido como aspiraciones o como destino deseado por los protagonistas, la iluminación y la narrativa juegan un papel esencial:

-la representación de los sueños de Mia y de Sebastian son introducidos (en manera teatral) por una iluminación centrada en el personaje, mientras el entorno se oscurece. Esto materializa la subjetividad endógena del sueño de los protagonistas y los hace visibles a los espectadores. En esta óptica, no es un caso que el solo casting con éxito positivo de Mia es

representado como un sueño constituyendo la tanto anhelada junción entre quimera y realidad.

-El simbolismo de la autopista, que se puede interpretar como escritura del futuro del personaje, es un leitmotiv narrativo que tiene que presentarse dos veces dado que es la única forma para proponer los dos cierres de la cinta: el primero es aquel de la historia real; el segundo es aquel de la historia deseada o soñada.

-Es interesante analizar también las pausas narrativas marcadas por los sketches musicales. A éste fin, cabe necesario puntualizar que todos los intermedios son indispensables para diferenciar el mundo de la realidad con el del sueño; estas interrupciones son principalmente de dos tipos: la primera es “social” y estructurada con colores muy vivaces, contrapunteada por una música ritmada y alegre que sugiere el optimismo típico del cine clásico (pero también el toque estilístico de Tim Burton); el segundo tipo de pausa musical es más introspectiva, la luz ilumina solo el sujeto, dejando el ambiente en la oscuridad y la secuencia es contrapunteada por una armonía lenta y romántica que patenta el estado de alma del protagonista empleando un artefacto propio del cine moderno: el significante cinematográfico para concretizar la psicología de un personaje.

Después de una breve síntesis interpretativa de la película, es correcto regresar a las preguntas básicas de este ensayo: ¿En este momento histórico, una película puede ser contemporáneamente artística y comercial? ¿Hoy en día, cuál es la llave del éxito de una película?

Lo anterior fue necesario para demostrar que “*La la land*” es la respuesta afirmativa a estas preguntas. Más en el específico, la película representa el posible inicio de una futura corriente artística neoclásica que dialoga con el pasado para comprenderlo y adaptarlo al contexto social actual, proponiendo una nueva moda cinematográfica y un nuevo modernismo, entendido en sentido viconiano del término, como un “ricorso storico” que conlleva a un progreso.

Regresando a los conceptos principalmente expuestos, socialmente hablando, es difícil imaginar que la cinta haya creado una moda en cuanto su intención fue aquella de re – proponer una en auge en los años ’50; una reconstrucción histórica, pero al mismo tiempoacrónica dado que a los coches y a los trajes típicos de los años de la postguerra se acompaña un frecuente empleo de teléfonos celulares, inexistentes en esa época.

Es indispensable puntualizar que el término *moda* implica el concepto de *tiempo* y de *ritmo* para indicar versatilidad y rapidez; en este sentido, es difícil que la película cree una ya que su esencia acrónica y su fusión de dos épocas, la clásica y la actual, no propicia al espectador una

contemporaneidad que pueda imitar; imitación evidenciada también en la definición que D'Amico y De Gregorio proponen acerca del concepto de moda: “La moda (del latín *modus*) es aquella actitud de la colectividad caracterizada por una innata tendencia a la imitación, que confiere al individuo la seguridad de pertenecer a un grupo social, expresando la propia personalidad.” (: 2)

Entonces, ¿cómo puede la película proveer a la sociedad actual un modelo que imitar cuando en su propia estructura diegética los mismos protagonistas se inspiran a un modelo (Mia a Ingrid Bergman y Sebastian a Charlie Parker)?

Obviamente resulta difícil que una película invite la colectividad a emular una imitación, sobre todo si la estructura social es patentemente acrónica. Esto puede demostrar que la sola moda que la película puede haber creado es basada en su carácter meta – cinematográfico y en la imitación del género clásico; de aquí puede converger una feliz idea artística para el crecimiento de una cultura neoclásica del cine.

En ámbito social, la película fue un éxito en cuanto el texto fílmico constituyó un anclaje sociológico y una manera para las nuevas generaciones de ver realizada una propuesta concreta para vivir siguiendo los valores clásicos en la colectividad moderna, o, quizás, para soñarlos. La cinta también puede representar un éxito en cuanto, por la primera vez, la generación actual pudo asistir a un espectáculo similar a aquellos comunes a las pasadas generaciones; pudo vivir la atmósfera y la fantasía que permitió al cine ser tan amado, apreciado, y soñado. En otros términos, si se considera la idea previamente teorizada de la importancia de crear una moda para lograr el título de “cult movie”, es difícil que “*La la land*” pasará a la historia como tal; seguramente es fácil prever que ocupará un lugar importante en la cinematografía del tercer milenio.

Chazelle, entonces, no logró proporcionar una nueva moda, ni crear un cult movie, pero es imposible negar que logró una nueva forma de modernismo, y a este punto puede converger la reflexión.

Se mencionó anteriormente Hitchcock en calidad de autor hábil a crear su propio estilo implementando una interdisciplinaria que encuentra su principal interpretación en las teorías psicológicas mediante las cuales solía reforzar el climax de la narración. Además, Hitchcock logró conciliar el gusto del público con el gusto de la crítica; sus películas tuvieron éxito comercial y al mismo tiempo fueron (y serán) objeto de estudio en todas las escuelas de comunicación audiovisual. La fuerza de este autor es aquella de haber cruzado las tres etapas del cine (mudo, clásico, moderno) y en cada una de ellas experimentar diferentes técnicas de puesta en escena, de dirección de los actores y de expresión cinematográfica para propiciar una innovación estilística (Gottlieb, 1995).

De esta forma se garantizaba un tipo de película, generalmente perteneciente al cine clásico, que siempre pudiera sorprender al espectador gracias a las invenciones que nunca faltaba incluir en sus productos audiovisuales. Este es un grandísimo punto en común que tienen Hitchcock y Chazelle y esto justifica el éxito que “*La la land*” consiguió. Entonces, la clave de interpretación comercial del marketing de la película se basa exactamente en la esencia de la misma: no es importante lo que se dice, sino como se dice. Chazelle encontró una manera excelente para hablar a todo mundo, y a captar

el interés de los espectadores que nunca se demostraron amantes del género musical; empleó un estilo nuevo para transmitir un mensaje, simple en su significado, pero complejo en su estructura narrativa, y presentó un producto tanto comercial, como “intelectual” y perfecto para ser considerado como objeto de estudio. Esta es la peculiaridad que permite incluir a Chazelle en la lista de los grandes directores. Queda en suspenso un punto importante: ¿El cine de Chazelle puede definirse cine de autor? Siendo “*La la land*” su primer producto importante, es imposible hacer un pronóstico; se podrá contestar afirmativamente a esta pregunta solamente considerando la entera obra del director estadounidense. Si las futuras películas se basarán en la misma temática, se cuestionarán acerca del estilo creando uno propio, y dialogarán entre musical clásico y moderno, entonces no habrá alguna duda de poder considerar a Chazelle como un grande autor del cine contemporáneo. No solo esto, lograría demostrar que el cine es todavía un medio para comunicar a la masa, y no solamente una industria comercial. En caso la autoría de Chazelle suscitará tentativos de imitación, entonces, su cine de arte logrará crear un nuevo género de musical moderno; si el nuevo género se convertirá en una moda, cinematográficamente hablando, entonces se podrá afirmar que él es el iniciador de una nueva corriente artística que anteriormente se mencionó como neoclásica. A la fecha es difícil prever el éxito de su entera obra artística; lo que se puede hacer es tener los reflectores prendidos hacia él y seguir con interés sus futuras películas, esperando que la historia del cine se pueda gloriarse de otro autor que supo comunicar con la colectividad en un momento en que la comunicación parecía definitivamente un recuerdo típico del cine clásico.

Referencias

- Caramés Lage, J.L., et al (1999) *El Cine: Otra dimensión del discurso artístico*. España: Universidad de Oviedo. Disponible [online]
<https://books.google.com.mx/books?id=QBizJeAQe3kC&pg=PA125&lpg=PA125&dq=%22el+cine+es+una+inveni%C3%B3n+sin+futuro%22&source=bl&ots=0-N24qGrzV&sig=2opW5RclNnR-iJ7VcY51k1oXPpo&hl=it&sa=X&ved=0ahUKEwiE5rC40sXVAhXD7CYKHYPYBwEQ6AEIRDAH#v=onepage&q=%22el%20cine%20es%20una%20inveni%C3%B3n%20sin%20futuro%22&f=false> [fecha de recuperación: 7 de agosto 2017]
- D'Amico, S., De Gregorio, F. (2006) . *Il punto vendita nel settore moda: quando la comunicazione passa attraverso la dimensione emozionale del concept store*. Italia: Università degli studi di Foggia. Recuperado [online]
<https://www.yumpu.com/it/document/view/16289718/il-punto-vendita-nel-settore-moda-dipartimento-di-scienze-> [fecha de recuperación: 21 de agosto 2017]
- Durán Vázquez, J.F. (2006). La construcción social del concepto moderno de trabajo. *Nómadas XIII* (1). Recuperado de:
<http://pendientedemigracion.ucm.es/info/nomadas/13/jfduran.pdf> [Fecha de consulta: 23 de agosto de 2017].
- Echeverría, B. (2008). Un concepto de modernidad. *Contrahistorias*, Núm. 11. México: UNAM. Recuperado de
<http://bolivare.unam.mx/ensayos/Un%20concepto%20de%20modernidad.pdf> [Fecha de consulta: 23 de agosto de 2017].
- Fernández López, J. (s.f.). *Hispanoteca, lengua y cultura*. Recuperado de
<http://hispanoteca.eu/Foro-preguntas/ARCHIVO- foro/Corsi%20e%20ricorsi.htm>
[Fecha de consulta: 7 de septiembre de 2017].
- Giordano, E. (2014). *Filosofia e moda* (tesis de pregrado). Università Ca' Foscari, Venezia, Italia. Recuperado de
<http://dspace.unive.it/bitstream/handle/10579/5790/840998-1177123.pdf?sequence=2>
[Fecha de consulta: 24 de agosto de 2017].

- Gottlieb, S. (1995). *Hitchcock secondo Hitchcock*. Milano: Baldini&Castoldi
- Gutiérrez Correa, M.L. (2014). El cine de autor del cine moderno al cine posmoderno. *Razón y Palabra*, Núm 87. Recuperado de http://www.razonypalabra.org.mx/N/N87/V87/14_Gutierrez_V87_02.pdf [Fecha de consulta: 24 de agosto de 2017].
- Historia y evolución de los formatos cinematográficos* (s.f.). Recuperado de http://www.blankspot.com.ar/prodav/formatos_cinematograficos.pdf [fecha de recuperación: 7 de agosto 2017]
- Jeremy Irons Cita, *Brainyquote* (2017). Recuperado de https://www.brainyquote.com/es/citas/jeremy-irons_177944 [fecha de recuperación: 7 de septiembre 2017]
- La La Land Production notes* (2016). Recuperado de <http://www.lionsgatepublicity.com/uploads/assets/LA%20LA%20LAND%20NOTES%20FINAL%209.7.16.pdf> [fecha de recuperación: 24 de agosto 2017]
- Marrón, G. (s.f.). *¿Qué es un clásico? Prejuicios e historicidad de la definición*. Recuperado de http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/41646/Documento_completo.pdf?sequence=1 [fecha de recuperación: 24 de agosto 2017]
- Masís Iverson, K. (2010). La idea del progreso en Giambattista Vico. *Revista de Filosofía*. XLVIII (123-124), pp. 37-43. Costa Rica. Recuperado de <http://www.inif.ucr.ac.cr/recursos/docs/Revista%20de%20Filosof%C3%ADa%20UCR/Vol.%20XLVIII/No.%20123-124/La%20idea%20del%20progreso%20en%20Giambattista%20Vico%20.pdf> [fecha de recuperación: 24 de agosto 2017]
- Mazzei, L. (2017). La la land: il ritorno del musical. *C'era una volta Hollywood*. Recuperado de <https://ceraunavoltahollywood.wordpress.com/2017/01/22/la-la-land-il-ritorno-del-musical-la-recensione/> [fecha de recuperación: 24 de agosto 2017]
- Metz, C. (2006). *Cinema e psicoanalisi*. Padova: Marsilio

Real Academia Española. (s. f.). Clásico [artículo nuevo]. En *Diccionario de la lengua española* (avance de la 23.a ed.). Recuperado de <http://dle.rae.es/?id=9Pp71kN> [fecha de recuperación: 24 de agosto 2017]

Ruiz Molina, E. (s.f.). *Una aproximación lingüística del término moda. Cuando las palabras exceden su significado original.* Recuperado de <http://www.esdi.es/content/pdf/una-aproximacion-linguistica-del-termino-moda.pdf> [Fecha de consulta: 24 de agosto de 2017].

Películas

Argento, S., y Iacono, A. (prod.) y Argento, D. (dir). (1975). *Profondo Rosso*. [Cinta cinematográfica]. Italia: Rizzoli Film y Seda Spettacoli

Arthur Freed (prod.) y Donen, S. y Kelly, G. (dir). (1952). *Singin' in the Rain*. [Cinta cinematográfica]. Estados Unidos: MGM

Berger, F. et al (prod.) y Chazelle, D. (dir). (2016). *La la land*. [Cinta cinematográfica]. Estados Unidos: Black Label Media, Gilbert Films, Impostor Pictures, Marc Platt Productions

Fonda, P. (prod.) y Hopper, D. (dir.). (1969). *Easy Rider*. [Cinta cinematográfica]. Estados Unidos

Hitchcock, A. (dir.). (1960). *Psycho*. [Cinta cinematográfica]. Estados Unidos: Shamley Prodction

Kubrick, S. (prod. y dir.) (1968). *2001: A Space Odyssey*. [Cinta cinematográfica]. Estados Unidos y Reino Unido: MGM

Stigwood, R. (prod.) y Badham, J. (dir.). (1977). *Saturday Night Fever*. [Cinta cinematográfica]. Estados Unidos

Wallis, H. (prod.) y Curtiz, M. (dir). (1942). *Casablanca*. [Cinta cinematográfica]. Estados Unidos: Warner Bros

Weisbart, D. (prod.) y Ray, N. (dir). (1955) Rebel without a cause. [Cinta cinematográfica]. Estados Unidos: Warner Bros

Weiss, R. (prod.) y Landis, J. (dir.). (1980). The Blues Brothers.
[Cinta cinematográfica]. Estados Unidos

Wilder, B. (prod. y dir.). (1954). Sabrina. [Cinta cinematográfica]. Estados Unidos: Paramount Pictures

Wise, R. (prod. y dir.) y Robbins, J. (dir.). (1961) West side story. [Cinta cinematográfica]. Estados Unidos