

REPOSITORIO ACADÉMICO DIGITAL INSTITUCIONAL

La cultura de cine en Morelia como efecto del monopolio de Cinépolis

Autor: Ramtari Arriaga Vitela

**Tesis presentada para obtener el título de:
Lic. En Ciencias de la Comunicación**

**Nombre del asesor:
José de Jesús Martínez Rodríguez**

Este documento está disponible para su consulta en el Repositorio Académico Digital Institucional de la Universidad Vasco de Quiroga, cuyo objetivo es integrar, organizar, almacenar, preservar y difundir en formato digital la producción intelectual resultante de la actividad académica, científica e investigadora de los diferentes campus de la universidad, para beneficio de la comunidad universitaria.

Esta iniciativa está a cargo del Centro de Información y Documentación "Dr. Silvio Zavala" que lleva adelante las tareas de gestión y coordinación para la concreción de los objetivos planteados.

Esta Tesis se publica bajo licencia Creative Commons de tipo "Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada", se permite su consulta siempre y cuando se mantenga el reconocimiento de sus autores, no se haga uso comercial de las obras derivadas.



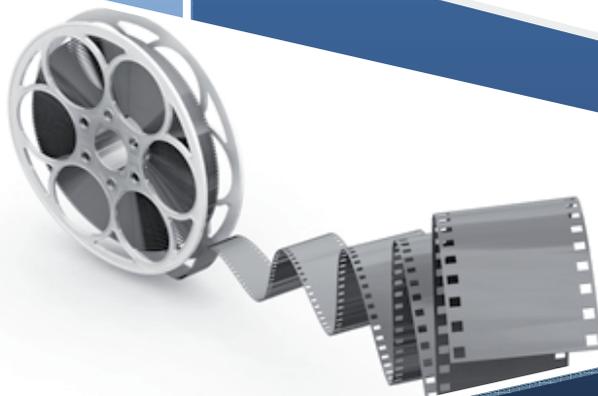


FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

“LA CULTURA DE CINE EN MORELIA COMO EFECTO DEL MONOPOLIO DE CINÉPOLIS”

Tesis de Licenciatura

RAMTARI ARRIAGA VITELA



2008

**UNIVERSIDAD
VASCO DE QUIROGA**

FACULTAD CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

TESIS DE LICENCIATURA



**“La Cultura del Cine en Morelia
como efecto del
Monopolio de Cinépolis”**

ALUMNO: Ramtari Arriaga Vitela

GENERACIÓN 2002-2006

ASESOR: José de Jesús Martínez
Rodríguez

Morelia, Michoacán, México a 5 de junio de 2008

A mis padres por su siempre fiel apoyo y amistad...

A mi esposa y a mi hija por inyectar vitalidad y sentido a todo lo que hago...

A mis hermanos por su entusiasmo y cuestionamiento

A mi familia y amigos por ser parte tan importante de mi vida...

A Dios por acompañarme todos los días de mi existencia...

Y a mi conciencia por no dejarme perder la razón.

ÍNDICE

CAPÍTULO 1.- MARCO TEÓRICO

1.1 Marco Conceptual.

a) Definición de Cultura.

b) Concepto de Cine.

1.2 Imperialismo Cultural y Economía Política Crítica.

CAPITULO 2.- HISTORIA DEL DESARROLLO DEL CINE EN MORELIA

2.1 Periodo de 1895 a 1910

2.2 La revolución y el cinematógrafo en Michoacán 1910-1914

2.3 El siglo XX del cine moreliano.

2.4 Nace el pez gordo (Organización Ramírez)

2.5 La decadencia del cine en Morelia.

CAPITULO 3.- EL MONOPOLIO DE CINÉPOLIS EN MORELIA.

3.1 Consolidación del Monopolio.

3.2 El producto Americano Cinépolis.

3.3 Imperialismo Cultural.

3.4 Consecuencias sobre la sociedad moreliana.

CAPITULO 4.- EN LA OPINIÓN DE LOS MORELIANOS

4.1 Prácticas cinematográficas.

4.2 Nacimiento del gusto por el cine.

4.3 El Monopolio de Cinépolis como limitante perceptiva.

CAPÍTULO 5.- ALTERNATIVAS CINEMATOGRAFICAS EN MORELIA.

5.1 El Cine Club (Casa Natal de Morelos)

5.2 Cine Empresarial

5.3 Lista de Alternativas

CAPÍTULO 6.- CONCLUSIONES



REPORTE FINAL

Tesis: “LA CULTURA DEL CINE EN MORELIA COMO EFECTO DEL MONOPOLIO DE CINÉPOLIS”

Morelia ha sido, desde hace más de tres décadas, una ciudad primordialmente turística, que sostiene su economía en base a la prestación de servicios. Esto ha hecho que la presencia del cine en Morelia, como servicio por parte de Organización Ramírez, haya crecido bastante. En 1975 sólo tenía 3 salas, hoy en día cuenta con 31 salas distribuidas en tres Cinépolis: Morelia Centro, La Huerta y Plaza Morelia. Por tal motivo la importancia de esta investigación será en un primer momento la aportación histórica, que nos dará elementos para descubrir cómo se ha llevado a cabo el desarrollo de la industria del cine en Morelia. Pretendemos, en este primer momento, hacer más amplio el sustento histórico existente al abarcar no sólo la proyección, sino también la parte de producción y distribución. La parte de la exhibición ha sido la que más se ha explotado en Morelia, por ende en esta investigación se tiene principal atención en ella.

Este aporte histórico nos dará pie al análisis de la realidad actual en las salas de cine morelianas (que se han visto reducidas a la oferta de Cinépolis creando un monopolio de las mismas), ¿cómo se da el proceso de ver cine y a qué se debe?, por lo que posteriormente, un beneficio exploratorio y descriptivo será: el descubrimiento de si existe o no una Cultura del Cine en dicha ciudad debido al monopolio de la proyección cinematográfica, así como el conocimiento de la percepción que tienen los morelianos sobre esta proyección (específicamente) de cine que ha proporcionado Cinépolis y si tal proyección ha creado, fortalecido o disipado la cultura del cine en Morelia, si es que ésta existe.

Debido a que la gente moreliana se ha formado en una cultura del cine “reducida y manipulada”, porque desde principios de los 90’s Cinépolis ha mantenido su oferta vigente y sin competencia real, se ha propiciado la búsqueda de alternativas distintas a las que Cinépolis presenta. Tal búsqueda de espacios no se ha limitado a la proyección y a la experiencia de ver películas comerciales de estreno, sino que se ha extendido a la exhibición de películas no tan comerciales en el caso de las presentaciones en la



Videoteca María Rojo, el cine club de la Casa Natal de Morelos, la Casa de la Cultura, el Centro Cultural Universitario entre otros; a la creación de espacios de proyección alternativos como el Festival Internacional de Cine en Morelia, y Otro Enfoque dentro de las actividades de Cinépolis; al interés por crear cine para expresar una realidad más propia, con mayor identificación, que la que se presenta comúnmente y poder exhibirla en foros y concursos, con cortometrajes y/o documentales; e incluso las nuevas secciones en renta de cine de arte que han nacido en los últimos tiempos. Ha habido un crecimiento importante de dichas alternativas, pero pocas personas las conocen, como lo veremos más adelante en la encuesta que realizamos. A través de este trabajo también se darán a conocer todas estas nuevas formas de acercamiento al cine, de tal forma que aquellos interesados en cine podrán descubrir y por consecuencia acudir a otra opción cinematográfica. Esta investigación nos podría brindar elementos suficientes para hacer una predicción posterior sobre el desarrollo del cine en Morelia.



PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La población de la ciudad de Morelia es predominantemente juvenil y estudiantil (como lo muestra el último Censo de Población y Vivienda del INEGI realizado en el 2005, donde la población de 15 a 24 años representaba el 22% de los morelianos y de los cuales el 49% asisten a la escuela [Anexo 2]) algunos nacidos en esta ciudad y una gran cantidad de estudiantes provenientes del interior del estado y de algunos otros estados de la República. Siendo Morelia la capital michoacana, y al mismo tiempo la cuna de Organización Ramírez, esta ciudad ha sido “el ojo de agua” de una de las empresas más fuertes del estado: Cinépolis “la capital del cine” una de las más grandes corporaciones de proyección cinematográfica en México. En dicha entidad, hace ya algunas décadas, existían varias salas de proyección cinematográfica que no pertenecían a Organización Ramírez, pero actualmente han desaparecido y sólo ha sobrevivido este pez gordo llamado Cinépolis convirtiéndose en un monopolio del cine de estreno en esta ciudad. Lo que nos lleva a nuestra primera pregunta de investigación:

1.- ¿Cómo fue el proceso de desarrollo del cine en Morelia y qué llevó a Cinépolis a convertirse en el Monopolio de proyección cinematográfico de esta ciudad?

Reconociendo a Organización Ramírez como una empresa sumamente fuerte en Morelia, es importante también distinguir que tiene poder en la ciudad y por consiguiente influencia en la gente que vive en ella, ya que posee uno de los medios de comunicación que más podría penetrar en la audiencia: **el cine**; esto por la estimulación de varios sentidos simultáneamente (vista, oído y gusto) y la presentación de los mensajes en un lugar donde se procura una total atención a la proyección. Antes de seguir con el planteamiento es importante conocer las concepciones básicas desde las cuales hemos basado estas afirmaciones para establecer el problema.

MARCO CONCEPTUAL DE REFERENCIA

Primero definiremos de manera muy sencilla y básica la etimología de la palabra Cultura y cómo ésta nos acerca a la posibilidad de la existencia de una Cultura del Cine.



La definición etimológica de cultura proviene del latín **colere** que quiere decir **cultivar** y que sencillamente nos propone una idea de incubación, de gestación y especialmente de cuidado de un cúmulo de realidades específicas en un determinado lugar y momento (Sobrevilla, 1998:15).

Es importante además acercarnos a un concepto más desarrollado y específico sobre cultura como es el concepto moderno del jurista alemán Samuel Barón von Pufendorf quien definió la palabra cultura como los conocimientos y actividades que nos permiten superar la naturaleza o dominarnos a nosotros mismos. Los contenidos de este concepto de cultura son: Los descubrimientos e instalaciones humanas, la actividad del hombre, el cuidado y ayuda que el hombre recibe de sus semejantes. En suma es todo lo que no nos es dado por la naturaleza. Desde esta perspectiva la “**Cultura del Cine**”, como una actividad creada por el hombre, tiene sentido y sustento, ya que requiere un dominio sobre técnicas que ha desarrollado la humanidad a través del tiempo y es una práctica artificial dotada de elementos culturales como el lenguaje, los mitos, las tradiciones y costumbres (Sobrevilla, 1998:17).

MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

Abordaremos este tema desde una perspectiva Neomarxista con base en la teoría de la Economía Política Crítica en cuanto al desarrollo del cine en Morelia dialécticamente hablando, es decir, a través de la historia y como un todo que cambia por múltiples factores, predominantemente económicos. De esta visión se concebirá a Organización Ramírez como el dueño de los medios de proyección, en la industria cinematográfica, y como una empresa monopolista que limita o influye en alguna medida el desarrollo de los que están a su alrededor.

José Carlos Lozano en su libro *Teoría e investigación de la comunicación de masas* cita a Marx y Engels que dicen: “En todas las épocas la clase que dispone de los medios de producción material controla al mismo tiempo los medios de producción mental, de manera que, por lo mismo, las ideas de los que carecen de los medios de producción mental están sujetas a ellas. (...) Por tanto, mientras gobiernen como clase y determinen el alcance y los límites de una época, es evidente que ellas (...) entre



otras cosas (...) regulan la producción y distribución de las ideas de su tiempo: así, sus ideas son las ideas rectoras de su época”.

En el Libro *Culture, comunicatios and political economy* Meter Holding y gram. Murdock señalan que la economía política crítica es distinta a la economía tradicional en cuatro aspectos: en que es holística, histórica, se preocupa por el balance entre la iniciativa privada y la intervención pública gubernamental y en que va más allá de las cuestiones técnicas de cómo obtener la eficiencia para abordar cuestiones morales básicas como la justicia, la igualdad y el bienestar común (Golding y Murdock, 1993:15-18).

En su libro, Lozano expresa como para los miembros de la crítica lo más importante es de qué manera se organiza la propiedad y producción, ya que éstas condicionan la oferta y las opciones que tienen los receptores para escoger. En cambio dice: “Para Golding y Murdock, la economía crítica tiene áreas de análisis prioritarias: 1) la producción de bienes culturales, en la medida en que los condicionantes de la producción impactan en el rango de opciones del consumo (...) 3) la economía política del consumo cultural, para ilustrar la relación entre la desigualdad material y la cultural”. (Lozano, 1996:81). Este es el punto que nos interesa de la economía política crítica para nuestra investigación.

Retomaremos un poco para ampliar en este tema la teoría del Imperialismo Cultural, con el cual trataremos de demostrar la hipótesis sobre la proyección limitada que ofrece Cinépolis con predominio estadounidense. Citando a Lozano (1996:96) “El imperialismo cultural, llamado también teoría de la dependencia (aunque algunos autores encuentren diferencias entre ambos términos), se aboca a estudiar los desequilibrios de los flujos internacionales de comunicación, así como los patrones de propiedad y de concentración de las empresas transnacionales relacionadas con ellos.”

PREGUNTAS GUÍAS

Con base en estos primeros planteamientos formulamos las siguientes preguntas guía:



2. ¿Organización Ramírez a través del Monopolio de Cinépolis ha fomentado una cultura del cine en Morelia?

3. ¿Cómo han aceptado los morelianos la incursión del cine en la ciudad a través del tiempo?

4. ¿Qué consecuencias ha tenido el monopolizar la exhibición del cine en Morelia?

5. ¿Debido al monopolio de Cinépolis cuáles han sido las alternativas cinematográficas que se han desarrollado en los últimos tiempos en Morelia?

DELIMITACIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO

Para la investigación histórica abarcaremos los inicios del cine en Morelia, aunque nuestra atención se enfocará principalmente desde los años en que se creó Organización Ramírez y Cinépolis, hasta finales del siglo XX.

Nuestro universo de estudio serán las personas de 18 a 25 años que sean de Morelia o que radiquen ahí, y que asistan o hayan asistido a las salas de Cinépolis a ver una película. La encuesta se aplicará en las instalaciones de Cinépolis o zonas aledañas.

Otra parte del estudio se realizará en aquellos establecimientos que estén relacionados o con algunas personas que trabajen directamente con la proyección, producción y/o distribución de películas en la ciudad de Morelia. Tales como el Cine Empresarial y el cineclub de la Casa Natal de Morelos, a través de una entrevista.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL: Investigar en qué medida la cultura del cine en Morelia se ha desarrollado por el Monopolio de Cinépolis y su oferta.

OBJETIVOS PARTICULARES



1.- Investigar cuál ha sido el desarrollo del cine en Morelia, para conocer cómo se ha dado su distribución y proyección con las audiencias.

2.- Investigar la percepción de los jóvenes morelianos que les interesa el cine sobre la oferta de proyección cinematográfica que presenta Cinépolis, así como sus formas de consumo.

3.- Conocer las consecuencias que ha tenido el monopolizar la proyección cinematográfica en Morelia, sobre la cultura del cine de los jóvenes morelianos que asisten a las salas de Cinépolis.

4.- Brindar a los consumidores de cine en Morelia una lista de las diferentes alternativas cinematográficas que hay frente a la oferta de Cinépolis, para que tengan más opciones de consumo, así como una comparación de ventajas y desventajas de ambas ofertas.

HIPÓTESIS

1.- Durante el desarrollo del cine en Morelia Organización Ramírez, a través de Cinépolis, absorbió a su competencia de proyección cinematográfica para convertirse en el Monopolio que ahora es.

2.- La monopolización de la proyección del cine en Morelia ha creado un refuerzo de la cultura del cine que se tenía, ha limitado la percepción de la audiencia moreliana y ha propiciado el desarrollo de nuevas alternativas cinematográficas.

METODOLOGÍA

La estrategia metodológica que utilizaremos será predominantemente cualitativa (ésta enfoca sus esfuerzos y sus técnicas a descubrir la opinión y las cualidades de las personas, más que analizar el número y la frecuencia que puede haber en un tema), pero reforzada por una técnica cuantitativa: la encuesta.

Una parte importante en la investigación será la *investigación documental* en la que buscaremos escritos relacionados con la historia del cine en Morelia, así como cualquier documento que dé indicios de los sucesos acontecidos anteriormente sobre este tema. Para reforzar también esta parte utilizaremos el método de las historias de



vida, con aquellos que trabajan actualmente con alternativas distintas a la oferta de Cinépolis. Esto a través de la técnica de la entrevista (una serie de preguntas ordenadas que nos proporcionen la información necesaria de la experiencia, opinión y conocimiento del entrevistado) en donde trataremos de investigar cómo fue el desarrollo de estas personas en el cine.

Otro elemento de la metodología, serán los *grupos de discusión* (reunión preparada en la que se junta a un grupo muestra de personas en donde se debate sobre un tema en específico para observar la percepción que estas personas tienen sobre dicho tema), por medio de los cuáles trataremos de descubrir las percepciones de algunos jóvenes consumidores de cine con respecto al monopolio de Cinépolis y su oferta de proyección cinematográfica.

Por último a través de la técnica cuantitativa de la *encuesta* (en la que por medio de una serie de preguntas ordenadas con opciones de respuesta predeterminada o abierta se investiga la opinión de una audiencia meta sobre un tema específico) se investigará también la percepción de los jóvenes morelianos en cuanto a las limitaciones que puede presentar Cinépolis, por su proyección estadounidense, así como descubrir qué les interesa del cine, a qué atribuyen ese interés, qué películas ven más, etc., para conocer si se tiene una cultura al respecto o qué tanto se conoce acerca de.

Este planteamiento metodológico fue el que se sugirió al principio de la investigación, sin embargo a lo largo de la misma tuvo que sufrir modificaciones por cuestiones de acceso a la información y tiempo. Se eliminó de la metodología la técnica de grupos de discusión, ya que, la encuesta arrojó información suficiente e información que nos hacía ver que no hay posturas tan radicales sobre Cinépolis como para ser necesario un grupo de discusión. Otro aspecto que se modificó fue la utilización del método de historias de vida, ya que las entrevistas se enfocaron más al análisis de la situación del cine en Morelia y no tanto a cómo ha influenciado en la vida de los entrevistados los cambios en el cine.



CAPÍTULO 1 MARCOTEÓRICO

En este primer capítulo expondremos todas las nociones en las que basamos nuestra investigación, desde los conceptos básicos que ayudarán a poner en común nuestra visión de cultura o cine para que de este cimiento podamos pasar al ensamblaje teórico y de ahí hasta las estructuras ideológicas con las que iremos construyendo este trabajo. Basaremos dichas significaciones en la teoría de la Economía Política Crítica y del Imperialismo Cultural como sustento para la idea de Monopolio al que nos referimos con Cinépolis. Al final del capítulo lograremos encaminar nuestro análisis desde una perspectiva neomarxista y de liberación con los conceptos básicos necesarios para entender este trabajo. Su importancia es radical debido a la imperiosa necesidad de conocer desde qué arista estamos analizando la realidad, y bajo qué punto de vista; sin pretensiones de una total objetividad, sino bajo una visión determinada y clara, con la necesaria flexibilidad requerida por la realidad.

1.1 MARCO CONCEPTUAL

a) DEFINICIÓN DE CULTURA

Como primer punto debemos establecer nuestro marco conceptual que nos sumergirá en el océano de abstracciones, relativas a este documento, para situarnos en el enfoque propuesto en la misma. Partiremos de la definición etimológica de cultura que proviene del latín **colere** que quiere decir **cultivar** y que sencillamente nos propone una idea de incubación, de gestación y especialmente de cuidado de un cúmulo de realidades específicas en un determinado lugar y momento (Sobrevilla, 1998:15). Hoy en día se pueden encontrar múltiples definiciones de cultura; sólo mencionaremos algunas que conciernen a esta investigación. En sentido figurado Sobrevilla establece que puede restringirse el término a la noción de cultura de una época y entenderla en sentido histórico como cuando se habla de la cultura del Renacimiento, esto en principio de cuentas nos sitúa en un contexto histórico en específico a considerar, en una forma económica predominante y en ciertos espacios particulares, en este ejemplo sería el contexto Europeo. También la podemos tomar en sentido antropológico, a la cultura de



un pueblo, como cuando nos referimos a la cultura asiria, griega, inca, etc. Siendo una concepción más específica, que nos proporciona características comunes de una población, es más fácil distinguir sus costumbres y normas de conducta. En este sentido es posible concebir una cultura moreliana, como segmento unificado de la totalidad michoacana y mexicana, con características únicas y diferenciadas.

La cultura para Sobrevilla, en un enfoque subjetivo es el **cultivo del hombre**, que lo hace por ello culto, o el de sus facultades: así hablamos de la cultura física, de la cultura de la inteligencia, de la cultura de los sentimientos. Por otro lado hace una comparación entre cultura de élites y cultura de masas, incluyendo en la primera a las élites intelectuales, políticas, tecnológicas, militares, etc. y en las segunda a la cultura de consumo de grandes sectores de población, por lo común ligada a los medios de comunicación: radio, **cine**, televisión, etc. Esta última es la que nos concierne, ya que nos sitúa en un concepto más amplio donde la cultura es tanto más abierta como más homogénea. Los medios de comunicación en esta cultura de masas suelen ser los intermediarios del intercambio, pero al mismo tiempo las simientes de un mundo común.

Finalmente, haremos referencia al concepto moderno de cultura del jurista alemán Samuel Barón von Pufendorf quien usó la palabra cultura como los conocimientos y actividades que nos permiten superar la naturaleza o dominarnos a nosotros mismos. Los contenidos de este concepto de cultura son: Los descubrimientos e instalaciones humanas, la actividad del hombre, el cuidado y ayuda que el hombre recibe de sus semejantes. En suma es todo lo que **no** nos es dado por la naturaleza. Desde esta perspectiva **la cultura del cine** como una actividad creada por el hombre tiene sentido y sustento, ya que requiere un dominio sobre técnicas que ha desarrollado la humanidad a través del tiempo y es una práctica artificial dotada de elementos culturales como el lenguaje, los mitos, las tradiciones y costumbres (Sobrevilla, 1998:17).

“La cultura en sentido circunscrito es la expresión del espíritu o del espíritu del pueblo que corresponde al Ministerio de la Cultura. No es lo mismo considerar la idea



de cultura en lo que tenga de intencionalidad neutra (por segregación o abstracción de una contextura) que considerar la idea de cultura como idea axiológica, cargada de armónicos, de juicios de valor”. (Bueno, 1996:53) En lo que concierne a esta investigación rescatamos la segunda idea de cultura, ya que en la realidad actual de expansión global no puede ser concebida como indefinida, es más bien indefinible, estructurada, compleja y móvil.

José A. Pérez Tapia en su libro *Filosofía y crítica de la cultura* hace referencia de E.B Tylor quién establece que la cultura es inherente al hombre ya que este nace y crece en un ambiente cultural, “No puede haber hombre sin cultura, ni cultura sin hombres”. Este aspecto nos presenta el factor netamente artificial de la cultura como acción y efecto dual. Del hombre hacia la cultura y de la cultura hacia el hombre, una constante interrelación de influencias mutuas, de intercambio persistente y afianzamiento continuo. (1996: 16).

En seguida Pérez Tapia retoma una definición de P. Gómez: “Cultura alude al sistema común de idea de un pueblo, lo que es resultado de la historia, de la adaptación entre esa población humana y el medio ambiente en que habita, y transmitido socialmente, un proceso que se va realizando mediante técnicas productivas, mediante estructuras organizativas a nivel económico, social y político y mediante concepciones de la vida, de tipo científico, mitológico, ético, religioso, etc. Por tanto, defino la cultura globalmente, abarcando todos los niveles que componen el sistema social, en su complejidad, interrelacionándose entre sí, operantes de modo consciente e inconsciente.” (Pérez Tapia, 1996: 20-21). Esta idea ya se acerca más a la noción de cultura que planteamos, una visión dialéctica y mundial que enfrenta todos los aspectos sociales e históricos de un momento y en una región determinada.

De manera que aterrizaremos un término de **cultura** sugerido para entender la visión de esta investigación: La cultura es aquella estructura sustancial humana constituida por una herencia histórica y contextual que se expresa en actividades repetidas y compartidas por sus miembros (costumbres) a través del tiempo.



Debemos incluir, no sólo una noción de cultura naciente e interrelacionada directamente con la población de un lugar, necesitamos también reconocer la cultura como una creación (al preponderar algunas características de una “cultura” dominante en vez de otras.) amplia de carácter normativo como se expresa en el libro de Gustavo Bueno *el mito de la cultura* “El concepto de una cultura de universal patrimonio hay que entenderla como una cultura ya instituida tal que es de facto monopolizada, administrada o secuestrada por las clases privilegiadas, aristócratas o burguesas. Desde el momento en que se reconoce la pluralidad de las culturas particulares ¿Qué puede ser la cultura de universal patrimonio? Una incorporación de culturas diferentes a la occidental o una representación científica de todas las culturas, opciones que parecen ser absurdas (utópicas)”. Es esencial que contemplemos estos aspectos de una idea de cultura universal, por que nos sitúa, primero en una realidad capitalista y globalizadora que busca plantear estándares de consumo que repercuten en una influencia sobre la cultura mundial, y más importante aún, sobre la cultura nacional. Es complicado que definamos cuál sería esa cultura universal por la cantidad de matices que la involucran, además si entendemos a la cultura como un cuerpo que se transforma y está en constante movimiento no podríamos detenernos a analizarlo. Tal vez sólo sea posible la distinción de ciertas similitudes, pero no una noción de la totalidad universal cultural.

Otro aspecto conceptual de especial interés para nosotros es el de la identidad cultural, de la cual encontramos esta percepción orientadora y correctiva de una idea errónea sobre identidad cultural en el texto Gustavo Bueno que explica: “Existen algunos sentidos de la expresión “identidad cultural”, tales como el sentido ideológico referido al todo de esa cultura, pero no ya de la cultura tomada en la universalidad de su extensión (como cultura humana) sino en tanto está distribuida en esferas o círculos de cultura (naciones en sentido canónico, etnias, pueblos, etc.). El motor de ese anhelo, por la pureza y la preservación de las identidades culturales, no es otra cosa sino la voluntad de las élites que proyectan la autonomía política de los pueblos o etnias en cuyo entorno viven. La identidad cultural es sólo un mito, un fetiche. La identidad



cultural delimita un horizonte sui géneris muy característico para sus postulados políticos voluntaristas, unas relaciones con terceros” (Bueno, 1996: 85). Por esta razón que es importante en el campo de la cultura y de la política el discurso que se maneja al abordar algo relacionado a esto. Los gobiernos en un tiempo, las instituciones en otro y ahora las empresas comerciales buscan implementar en una sociedad determinada, a través de los medios de comunicación, una noción de unidad, un concepto de realidad, un punto de encuentro, una identificación con ciertos valores que presentan como importantes, o como propios, cuando en ocasiones son contradictorios a los existentes, y es en ese momento cuando esta sociedad reacciona y protesta; en otras ocasiones es tan sutil la forma de plantear los valores que la sociedad no se da cuenta.

Entorno al término de identidad giran muchos preceptos incorrectos que en el texto de Gustavo Bueno son abordados con una visión social crítica. “La idea de identidad es muy compleja y tiene múltiples dimensiones sutilmente entrelazadas. Identidad suele utilizarse globalmente (indiscriminadamente) como si fuera un término técnico, dotado de un significado que se da por consabido (precisamente este modo de utilización es el mayor indicio de la función de mito oscurantista desempeñada por el sintagma identidad cultural). La identidad cultural conforma crisis, restauraciones, demoliciones y reconstrucciones obligadas cuando se trata de contenidos procesales que transcurren en el tiempo (como la música, el teatro, el habla o las ceremonias en general). En estos contextos; **identidad cultural** equivale prácticamente a identidad a las raíces”.

Por tanto utilizaremos la definición de identidad de este autor: “**Identidad**, en suma, sería el reconocimiento del proceso mediante el cual tendría lugar la identidad sustancial de un mismo pueblo, que en el curso continuo sus generaciones han logrado mantener (o reproducir) la misma cultura (misma, en sentido sustancial y esencial) reconociéndose como el mismo pueblo a través precisamente de la invariante histórica de su cultura, convertida en patrimonio y sustancia de la vida de ese pueblo” (Bueno, 1996:125).



En México la identidad cultural, como lo menciona el texto, ha sufrido grandes procesos de cambio desde la época prehispánica, donde los pueblos indígenas a través de las guerras y pactos crearon una mezcla de creencias, ritos y costumbres que conformaron un híbrido precolombino. Al llegar la conquista y la colonia la mezcla cultural, aunada al mestizaje, se repitió una vez más, ahora con influencia de España sobre los indígenas y viceversa, que aunque este intercambio fue con espada desenvainada y por la vía sangrienta, se dio un trueque cultural que marcó ideológicamente a nuestro pueblo y lo definió como mexicano, término que aún se trata de establecer, pero que al mismo tiempo se sigue reconstruyendo continuamente. De igual forma al paso de los años siguientes y con la creciente evolución de los medios de comunicación la influencia sobre México ha crecido bastante. Hoy podemos ver que las relaciones públicas internacionales acompañado de las tendencias imperialistas de muchos países han dotado de una diversidad ideológica-cultural al México moderno; obviamente por múltiples razones, nuestro vecino del norte ha premiado en esta evolución, ha tal grado que las costumbres, el lenguaje, la vestimenta e incluso el modo de vida de México está orientándose al tipo anglosajón. Es por esto que los sociólogos y antropólogos se enfrentan a la difícil labor de definir cuáles de las raíces que se han entrelazado a lo largo de la historia forman ahora parte de esa identidad cultural supuesta de la que somos parte los mexicanos.

b) CONCEPTO DE CINE

El tópico principal de esta investigación es referente al cine, por lo que no podemos dejar de lado la conceptualización del mismo, así como la perspectiva social y económica que encuadrará dicho tema. Empecemos con una definición de Jean Epstein quien lo define como “La narración de experiencias humanas creíbles, por medio de imágenes en movimiento. El movimiento constituye justamente la primera calidad estética de las imágenes en la pantalla. El cine es el arte con mayores facultades para reconocer y dominar el espacio y es el arte más idóneo para vencer el tiempo; Así como el medio que puede hacer aparecer ante nuestros ojos espacios dramáticos”.



Para efectos de esta tesis, no basta con un concepto técnico sobre cine, por lo que estableceremos un conjunto de conceptos asociados a la participación del cine en la sociedad, por lo que la visión de Gómezjara en su sociología del cine nos ayuda a definirlo más a profundidad.

En primera instancia, para definir el cine como reflejo de la realidad social, Gómezjara primero enfrenta su contexto diciendo que un rasgo característico de la sociedad moderna de occidente es la multitud de paradojas: el crecimiento tecnológico frente al empobrecimiento de los valores humanos; las evasiones violentas a través de los espectáculos deportivos: boxeo, fútbol comercializado, carreras de autos, etc., nosotros agregaríamos los espectáculos televisivos actuales, como el reality show o el talk show y los servicios de chat en Internet. Expone también una constatación de paradoja en las realidades que imperan en la sociedad actual: “defensa formal de la democracia y de los derechos humanos frente a la manipulación sistemática de poblaciones enteras; exaltación del individualismo frente a la estandarización y adaptación violenta y obligatoria del individuo al actual régimen social; explotación creciente de la clase trabajadora frente al estímulo del sentimentalismo cursi y despolitizador de las masas”. Las cintas cinematográficas presentan dichas paradojas, algunas lo hacen de manera consciente otras con mayor crítica hacia tales situaciones. “De tal modo que el cine viene a ser el mejor testimonio de la sociedad actual. En esta definición del cine como reflejo de la sociedad debemos advertir que la realidad presentada en las películas está limitada por la visión del director o del guionista, en muchos casos por la productora y otros incluso por las formas de dominación en los gobiernos, por lo que no se debe generalizar la situación o el ambiente dado” (Gómezjara, 1995:12).

Desde este concepto de cine como reflejo de la realidad Manuel Michel en el libro *Una nueva cultura de la imagen* dice: “Dos aspectos fundamentales nos presenta el cine en relación con la cultura. El primero, como espejo que refleja el contexto histórico, sociológico y ético en que se produce. El segundo, como sujeto informador, portador de conocimientos específicos y de análisis de la realidad”.



Sin embargo, debemos reflexionar qué tan lejano se ha convertido este concepto, donde hoy en día el cine busca escapar de la realidad para adentrarse en un mundo mágico, un mundo fantástico abandonando sus lógicas reales, sus preceptos vivos, para unirse a una especie de dimensión alterna, una realidad ideal, un mito, una mentira. Michel continua sobre este aspecto diciendo: “Espejo de esa sociedad contradictoria, en movimiento incesante, **el cine deviene en industria cultural** y medio de condicionamiento ideológico.” Más adelante desmenuzaremos la visión del Imperialismo Cultural y la Economía Política Crítica que enmarcan muchos de estos aspectos de dominación ideológica y cultural.

Después nos propone Gómezjara una visión del cine como obra colectiva donde lo expone como “una empresa multitudinaria que elabora mercancías doblemente valiosas: como diversión, pasatiempo, manipulación, evasión, y también como educación, conocimiento, emociones estéticas, el cine demuestra su manufactura colectiva” (Gómezjara, 1995:13). Ésta definición nos orienta más hacia un cine de comercialización, como un producto (mercancía) de venta y consumo, que ya sitúa una de las cualidades que el capitalismo ha explotado en las últimas décadas del cine actual, donde no sólo cumple con una función expresiva del autor, sino que atiende a la función de entretenimiento e influencia para con la sociedad y de esta manera genera ganancias. “El capital monopolista se ha encontrado ante el problema de formar sujetos para los objetos que debe colocar, de ajustar no ya la oferta a la demanda sino la demanda a la oferta tal cual Marx había señalado.” (Gómezjara, 1995:107) Esta postura también adecua la cinematografía dentro de las concepciones de la Economía Política Crítica y del Imperialismo Cultural.

Posteriormente Gómezjara incluye al cine como parte de la estructura y superestructura sociales, en donde expone el doble papel del cine como parte de la estructura referente a la industria y en cuanto a la vida espiritual de la sociedad dentro de la superestructura social, una concepción arraigada a la sociología marxista. En esta última forma, el cine participa dentro de la lucha de clases que existe en la sociedad. Sobre el aspecto industrial que se plantea aquí del cine José Enrique Monterde expone:



“La comunicación cinematográfica se ha organizado bajo un modelo industrial, que para muchos resulta contradictorio con su supuesta artísticidad. Para estos puristas del acto artístico, que de hecho olvidan cuánto la “literatura” depende de una industria editorial, lo cual no es un criterio de calidad o sublimidad, la comercialización del Cine consecuentemente a ese carácter industrial vendría a ser la historia de la contaminación del Arte por el vil dinero (...) El cine no nace Arte y deviene industria por vía de su mercantilización, sino que el Cine nace industria, incipiente si se quiere, por su procedencia, sus dependencias y su mismo espíritu” (Monterde, 1986: 13-14). Esta es una visión práctica del funcionamiento del cine, ya que evidentemente conlleva un proceso industrial necesario en todos sus niveles, pero lo que de alguna manera puede determinar su evolución.

Gómezjara postula la asistencia al cine, entendiéndola como “expresión cultural en cuanto forma de utilización del ocio, de canal de evasión y diversión, de práctica de convivencia comunitaria, de obtención de rangos prestigiosos, de consumo de mercancías *psicológicas*, de medio para alcanzar modelos y pautas a seguir (moda en vestimenta, en el lenguaje, en las actitudes, etcétera), es una norma institucionalizada con ciertas variables por la sociedad industrial.” Aquí ya no se reduce el cine a la creación cinematográfica, sino que se amplía a la acción de la gente con respecto al cine: el emisor y el receptor en interacción recíproca, “el cine como expresión de la cultura por una parte, y por la otra como generador y transmisor de la misma”. Gómezjara dice que “Si a este modelo de análisis funcionalista lo ubicamos en un perspectiva marxista, como lo apuntábamos al señalar el cine como un instrumento ideológico de la lucha de clases, tendremos una visión más exacta del fenómeno cinematográfico. Podremos así entender el porqué de los valores difundidos por el cine de Hollywood” (Gómezjara, 1995:16-18). Este es un aspecto de suma importancia para esta investigación debido a que precisamente de esa manera es que el cine penetra en la cultura y culturiza ideologías tanto nacionales como extranjeras, en todo el mundo.

Sobre este tema Fernando E. Solanas y Octavio Getino en su obra *Cine, cultura y descolonización* dicen que: “los dueños mundiales del cine, particularmente los grandes



capitales norteamericanos, han impuesto gradualmente para el abordamiento del hecho cinematográfico, determinados valores y categorías aparentemente indiscutibles, tanto es lo que han penetrado ya en el consenso.” Esto lo podemos ver claramente en las nuevas conductas y preceptos de belleza que presentan como ideal el norteamericano. La realidad no nos deja mentir al observar cómo las niñas y adolescentes a su corta edad presentan un interés superficial sobre su apariencia, a tal grado de copiar modelos de vestimenta, corte de pelo, movimientos de personajes del cine norteamericano (no sólo del cine, pero es lo que nos concierne aquí). Países de Europa, ante tal peligro de transculturización, han optado por medidas preventivas como nos explica Armand Mattelart en su libro *La Mundialización de la comunicación*: “La Alemania de la República de Weimar renovó la decisión imperial de limitar la entrada de películas norteamericanas.” Aún después de que en 1930 compañías alemanas y norteamericanas firmaran un acuerdo en el que se repartían el mercado mundial. Mattelart continua informando como “Francia optó también por una política de protección de su mercado cinematográfico, primer acto de una larga tradición nacional. El decreto Herriot, de 1928, fijaba una cuota anual limitada a 120 filmes norteamericanos, una cifra que representaba la producción media anual de Francia. En Gran Bretaña, la ley obligó a los dueños de las salas de cine a proyectar un 30 por ciento de largometrajes nacionales y un 25 por ciento de cortometrajes.” (Mattelart, XXXX: 47,48).

Solanas y Getino continúan: “Cine, gracias a tal disposición, es aquello que se inscribe dentro de las normas previstas por los monopolios de la producción y la comercialización mundial. Es lo que responde a determinadas pautas de consumo y “distracción” (...) “Cine” es lo que los dueños del cine han dispuesto que sea el cine” (Solanas y Getino, 1969:101).

El cine se convierte y se transforma al antojo de la industria, se degrada, se vende, se olvida, así Michel expone en el libro *Una nueva Cultura de la Imagen*: “Maleable, dúctil, casi artesanal, el cine toma la forma de los grupos humanos en donde se desenvuelve. Dice lo que le hacen decir. Por esto es necesario recordar que casi al



momento de formarse como lenguaje, se le transforma en objeto industrial, en mercancía, en bandera partidaria y sectaria, en ilustración de catecismo ideológicos, en portavoz de circunstanciales valores vigentes” (*Michel*, 1994: 136).

El siguiente concepto de Gómezjara sobre cine es el de creador de la cultura de masas, ya que como él dice, a éste se le suele definir como una fábrica de sueños, al convertirse en un integrante de la industria cultural de la evasión y el estereotipo y todo por el lucro capitalista de la actualidad, ya que sin este espíritu capitalista no habría tenido un desarrollo masivo. Ahora, menciona, “la película debe intentar una difícil síntesis de lo estándar y lo original: lo estándar se beneficia del éxito pasado y lo original es la clave del nuevo éxito, pero lo conocido implica el riesgo de cansar y lo nuevo de no gustar” con esto nos damos cuenta de que los esfuerzos para que el cine sea de consumo masivo hacen que en muchas ocasiones pierda su sentido de cultivar y de expresar. (Gómezjara, 1995:19, 22)

Este aspecto masivo del que Gómezjara habla no es otra cosa que su aspecto de medio de comunicación masivo que le es inherente al cine en el que Monterde expone que está: “basado en la existencia de sendos, emisor y receptor, conectados a través de un canal o medio a través del cual circulan mensajes, formalizados mediante el despliegue de unos recursos lingüísticos. Esos mensajes, llamados films (películas), son el resultado de una operación emisora que mediante diversos procedimientos es recibida por un receptor tradicionalmente considerado como público” (Monterde, 1986:9).

Por último Gómezjara señala una diferencia en el cine de Latinoamérica como concientizador, diciendo que “En América Latina la generación de cultura adquiere otra dimensión a la recién descrita (...) la cultura occidental fue impuesta, es decir, integrada y adaptada a la larga, tras un intenso proceso de aceptación y reacción nominado genéricamente aculturación, en la América Latina y sobre todo en México. (...) La desigualdad entre los hombres de la metrópolis y los países del tercer mundo colonial reside en las relaciones de dominación y dependencia instauradas en el siglo XVI. (...)”



Latinoamericanos, asiáticos y africanos hablan, no como eco, no como reflejos de ajenas vidas, sino a nombre propio, reclamando al occidental los valores que su filosofía ha presentado como universales”. Además termina con una invitación al cine en Latinoamérica y en especial en México: “Si el cine (...) desea pasar de la categoría de industria cultural, conservador del estatus de la dependencia y las desigualdades sociales como hasta ahora sucede, al nivel de instrumento cultural concientizador e impulsor del cambio y la liberación, deberá tomar partido y comprometerse con el pueblo (...) en la medida que a) aumente la insurgencia de la población a favor del socialismo, formándose un público que la sostenga económica y culturalmente, y b) estimule este cine a nuevos sectores sociales a tomar partido por la transformación social y lleguen a ejecutarlo” (Gómezjara, 1995:22-24).

Por esta razón el cine adquiere una modalidad en la que “nos ofrece como espacio para el discurso, donde las sociedad nos habla y se escucha por la vía interpuesta de unos autores y un público.” (Monterde, 1986:11). Desde esta perspectiva Gómezjara insiste diciendo que: “La obra de arte cinematográfica para superar su condición enajenada y enajenante, debe penetrar al público no mediante la identificación pasiva sino a través de un llamamiento a la razón que exige asimismo acción y decisión.” (Gómezjara, 1995:167). El cine debe ser también un motor de cambio social y cultural, un puente ideológico que haga despertar a los zombis enajenados de una cultura ajena a la propia, como lo son los pueblos dominados por el imperialismo cultural de las grandes potencias como lo es Estados Unidos para los países de América Latina. Solanas y Getino exponen en la primera declaración del Grupo de Cine de Liberación al respecto que: “El pueblo de un país recolonizado como el nuestro, no es dueño de la tierra que pisa ni de las ideas que lo envuelven; no es suya la cultura dominante, al contrario, la padece. (...) La rebelión es su mayor manifestación de cultura”. Más adelante hablan sobre este nuevo cine de liberación: “Un cine que surge y sirva a las luchas antiimperialistas no está destinado a espectadores de cine, sino, ante todo, a los formidables actores de esta gran revolución continental. No pretende más que ser útil en el combate contra el opresor” (Solanas y Getino, 1969:9-10). Aunque esto suena muy atractivo y utópico la realidad nos muestra que



existen muchos impedimentos para el cambio y la transformación del cine, desde el proceso de preproducción hasta el de exhibición.

Pero para lograrlo y para dotar al cine de fuerza y participación en el ámbito nacional es necesario entender según Michel cuatro puntos, que:

1. Toda perspectiva de desarrollo está sujeta a las posibilidades existentes dentro de la estructura de producción y distribución del Estado.

Aunque en este punto Solanas y Getino resaltan lo que en el II Encuentro de Cineastas Latinoamericanos (Viña del Mar, octubre 1969), Joris Ivens decía “El hombre de cine puede trabajar con filmes de 8mm., puede procesarlo en condiciones totalmente precarias, con poco material virgen, con laboratorios pequeños. No transformemos en excusa el no contar con elementos muy buenos. Hay que actuar aunque todavía no existan las formas mejores para la distribución del material” (Solanas y Getino, 1969:112).

Cuando hablamos del proceso de distribución de cine nos referimos al proceso intermedio entre la producción cinematográfica y la proyección en las salas de cine. Esta etapa se refiere a todo el mecanismo de colocación de las películas en las salas de cine en el mundo por parte de grandes compañías distribuidoras que en muchas ocasiones hacen contratos millonarios con productoras particulares para que sus películas sean exhibidas en mayores plazas, lo que genera una competencia desleal e injusta, para con las demás organizaciones productoras. Tal es el caso de México en donde la distribución de películas norteamericanas ha sido muy fuerte. En la estadística de cultura que nos proporcionó el INEGI sobre el origen de las películas que se exhibieron en México del 2003 al 2005 podemos destacar que: De las 73,144 películas exhibidas en 2003 en el país el 81.7% era de origen estadounidense, el 8% de México y el 8.4% de otros países como Alemania, Argentina, Brasil, España, India, entre muchos otros más. En ese mismo año, en Michoacán, la exhibición de películas de origen estadounidense superó la media nacional al proyectar un 85.5% de ellas. En 2004, las



cosas no fueron muy diferentes, ya que, se exhibió un 81.2% de material originario de Estados Unidos en la República Mexicana. En el estado de Michoacán aumentó al 87.7%. En el 2005 fueron exhibidas 85,560 películas de las cuales un 79.3% eran películas de origen estadounidense y un 7.5% mexicanas; de igual forma en Michoacán un 84.2% de películas norteamericanas frente a un 7% de películas mexicanas en exhibición.

Afortunadamente hoy en día, en ese sentido, la tecnología digital ha otorgado a los cineastas independientes o con poco presupuesto una facilidad de producción muy alta, ya que el material de trabajo para cine digital es sumamente económico en comparación con el tradicional, por lo que menos que nunca es un pretexto ni una limitante la estructura de producción y en cuanto a la distribución, cada vez son más fáciles los intercambios de contenidos visuales a través de Internet, aunque hasta el momento esto no genere un verdadero impacto en las audiencias. El Internet brinda la posibilidad de comunicar el material alrededor de todo el mundo, con una facilidad y con una libertad antes jamás pensada. Las herramientas tecnológicas de los últimos tiempos son herramientas vitales para la difusión del cine nacional y de las propuestas liberadoras del dominio cultural de otros países, aunque dicha tecnología es a la inversa una posibilidad de mayor penetración por parte de estos también.

2. El cine (documental y de ficción) debe ser causa y resultado de los procesos de democratización, estímulo de desarrollo y no complacencia autosuficiente.

Sobre este aspecto Benjamín Díaz Murillo, director del cine Club de la Casa Natal de Morelia, en una entrevista que le hicimos comparte: “Las autoridades deben contemplar que el cine es una parte a la que le dedican muy poco y en donde pudieran obtener mucho más si se le dedicará por lo menos igual que al sector educativo. Y no se les puede dejar el control total sólo a aquellos que quieren recuperar su inversión.” En este caso si es necesario que los sectores públicos vean el potencial que tiene el cine sobre la cultura y educación de la gente.



3. La tendencia general del cine no demagógico (aquel que no le enseña a la gente lo que quiere ver, sino lo que necesita ver) busca analizar la realidad social de las relaciones humanas y las cuestiones de lucha de clases.

Siempre, desde su nacimiento con las vistas que no eran otra cosa que intentar difundir la realidad de un lugar dado, el cine pretende entender, mostrar y analizar una situación, un lugar, un suceso, un momento histórico y al mismo tiempo intenta modificar dicha realidad como lo presenta Michel en el libro *Una nueva cultura de la Imagen*: “La imagen en movimiento se incorpora a la vida, primero en calidad de testigo, y más tarde como elemento provocador de cambios, como difusor de valores y pautas de comportamiento que dan forma a las diversas sociedades contemporáneas. (...) Ejemplo: (...) el cine soviético de las décadas 20 y 30; los movimientos clásico en los países escandinavos; el cine europeo de la entreguerra (expresionismo, surrealismo, realismo poético); el cine nazi de propaganda racista, belicista y mitificante; los diversos movimientos contemporáneos de la cinematografía inglesa, polaca, checoslovaca, húngara; el neorrealismo italiano y sus consiguientes logros de cine político; en fin, este lenguaje al mismo tiempo tan personal y tan colectivo, es el medio por el que se expresa, en forma única, la trama cultural de nuestro tiempo” (Michel, 1994:137-138).

4. El concepto de cultura fija y clavada en el pasado, deberá sustituirse por las nociones de la movilidad.

Ya no podemos concebir una noción de cultura estática, de cultura única, o de cultura independiente, la globalización ha penetrado tanto en todos los países del mundo que es difícil hablar de una cultura pura. Debido a esto debemos encaminar nuestros esfuerzos al reconocimiento de los cambios históricos y a la investigación de dichos movimientos, además de la búsqueda de lazos culturales e interculturales que nos unan y nos vuelvan más tolerantes sobre las diferencias que tenemos entre naciones. De esta forma podremos trabajar en un cine más cercano a la realidad.



c) CONCEPTO DE EMPRESA

También debemos clarificar nuestro concepto sobre empresa, ya que Organización Ramírez es una de ellas. Para lo cual haremos referencia a la definición del Diccionario de Economía y Negocios donde señala que una empresa es la “Unidad económica de producción y decisión que mediante la organización y coordinación de una serie de factores (capital y trabajo), persigue obtener un beneficio produciendo y comercializando productos o prestando servicios en el mercado.” Cinépolis es una empresa prestadora del servicio de proyección cinematográfica, pero no es su único ejercicio empresarial, ya que su más fuerte ingreso lo obtiene de la venta de sus productos en dulcería, cafetería, etc., y no tanto de sus ventas en taquilla por las películas. Como empresa Cinépolis ha sabido desarrollarse en múltiples áreas diferentes a las de la proyección cinematográfica como lo mencionábamos.

d) CONCEPTO DE MONOPOLIO

Por último desmenuzaremos el significado de monopolio para lograr una comprensión más completa sobre su definición. A través de esto podremos ubicar mejor a Cinépolis como empresa. Empezaremos haciendo referencia a algunas definiciones del Diccionario de Economía y Negocios. En sentido general define al monopolio como la “Forma de mercado en que existe un único oferente, que tiene poder para fijar los precios de sus productos y conseguir así maximizar sus beneficios. En ocasiones se le denomina también monopolio de oferta”. Según Arthur Seldon un monopolio es el “Control de una mercancía o servicio por parte de un solo vendedor” (*Diccionario de Economía*, 1965). De entrada podríamos afirmar con esta definición que Cinépolis tiene un monopolio sobre el cine en Morelia, pero sería una exageración y una mentira, en primera porque aunque son reducidas, existen otras alternativas para ver cine en Morelia distintas a Cinépolis, sin embargo si podríamos afirmar que Cinépolis tiene el monopolio del Cine Comercial de Estreno en Morelia.



Aún así, este monopolio se reduce a un territorio y no se sabe por cuanto tiempo continúe como tal, ya que los monopolios perfectos no existen como lo expresa Arthur Seldon en su Diccionario de Economía: “En el mundo real, todas las mercancías y servicios compiten entre sí, de modo que son pocos los vendedores que pueden considerarse como monopolistas “perfectos”. Por lo tanto, en la práctica el monopolio se refiere al vendedor de una mercancía o un servicio que carece de unos sustitutos próximos. Existen muy pocos monopolistas absolutos, pero existe mucha competencia monopolista o imperfecta.”(*Diccionario de Economía*, 1965)

Para entender más a fondo lo que es un monopolio es importante reconocer sus etapas: El nacimiento de un monopolio puede darse de manera natural y es aquel “Monopolio de oferta que se produce por causas económicas o técnicas. Suele darse en los servicios públicos como el gas o el teléfono, ya que la tecnología que estos necesitan supone costes fijos muy elevados junto con costes marginales reducidos por lo que son mercados muy propicios para la intervención de una única empresa como oferente de dichos servicios” (*Diccionario de Economía y Negocios*, 1999). Este es el caso del monopolio de Cinépolis porque razones económicas y técnicas hicieron que su competencia se fuera extinguiendo poco a poco, hasta que quedó como la única empresa que tenía la oferta de Cine de estreno y esto lo podremos comprobar en la entrevista con Miryam Jury más adelante. De esta manera Cinépolis se desarrolló como un monopolio puro: “Situación del mercado en la que exclusivamente existe un vendedor y que, en consecuencia tiene total poder sobre los precios” (*Diccionario de Economía y Negocios*, 1999). Tal situación fue también propiciada por los costos y exigencias tecnológicas que las distribuidoras empezaron a requerir en los cines para que pudieran proyectar sus películas. El desarrollo de mejor tecnología, de nuevos formatos de cine digitales que generaban constantes actualizaciones en el equipo de proyección provocó la muerte de muchas empresas al no poder costear esos aparatos y de esta manera colocó a Cinépolis como único ofertante de cine comercial de estreno.



1.2 IMPERIALISMO CULTURAL Y ECONOMÍA POLÍTICA CRÍTICA

Esta investigación la abordaremos desde una perspectiva NeoMarxista con base en la teoría de la Economía Política Crítica, como lo mencionamos anteriormente, en cuanto al desarrollo del cine en Morelia dialécticamente hablando. De esta forma se concebirá a Organización Ramírez como el dueño de los medios de producción, en este caso de proyección, en la industria cinematográfica nacional, y como una empresa monopolista del cine comercial de estreno.

Según Marx y Engels (citados en Lozano, 1996:80) “en todas las épocas la clase que dispone de los medios de producción material controla al mismo tiempo los medios de producción mental, de manera que, por lo mismo, las ideas de los que carecen de los medios de producción mental están sujetas a ellas (...) Por tanto, mientras gobiernen como clase y determinen el alcance y los límites de una época, es evidente que ellas (...) entre otras cosas (...) regulan la producción y distribución de las ideas de su tiempo: así , sus ideas son las ideas rectoras de su época”. Esta es una concepción un poco radical sobre el control de las ideas, pero nos sitúa en una realidad de poder que debemos tomar en cuenta, ya que, si los dueños de los medios de producción no son los que rigen las ideas de la sociedad, sí son los que proponen las ideas rectoras a la sociedad, los que pueden difundirlas a más gente, pero no quiere decir que los receptores sean sujetos pasivos que sólo tragan la información.

Sobre esta comunicación ideológica Michel dice: “Por los medios de comunicación masiva se imponen patrones de conducta y normas de consumo en las direcciones precisas que señalan los grupos productores y en el poder.

No es un hecho casual, desde ningún punto de vista, la implantación del *Star System* en los ámbitos nacional e internacional. Los actores, las estrellas, las *vedettes* portan una autoridad conferida por la belleza, la simpatía, la sexualidad, la generosidad, la fuerza, el triunfo, el misterio y todos esos atributos que propician las facultades psicológicas y de mitificación que posee la imagen audiovisual. (...) La difusión de los



esquemas de comportamiento de la sociedad de consumo ha propiciado actitudes y formas de aculturación y transculturación cuya importancia quizás no podemos medir aún” (Michel, 1994:138).

Citando a Lozano “para los críticos, argumentan los dos teóricos, Golding y Murdock, lo más importante (...) la organización de la propiedad y producción, ya que ésta necesariamente condiciona la oferta y las opciones entre las que los receptores escogen”. Esto es a lo que nos referíamos anteriormente: como los dueños de los medios de comunicación son quienes tienen la capacidad material y humana de transmitir sus ideas y decidir qué mensajes enviar y cuáles no, ellos controlan la propuesta masiva. (Lozano, 1996:81)

De la misma manera lo afirman Solanas y Getino diciendo: “Las ideas que en vuelven al hombre neocolonizado, no le pertenecen como tampoco le pertenece la tierra que pisa. La tierra le ha sido arrebatada, las ideas le han sido impuestas. El hombre que crece amamantado por esas ideas y esas culturas, es un hombre que termina legalizando el despojo de su tierra, es decir, lo único que puede permitirle alcanzar una cultura y una personalidad propia y definida” (Solanas y Getino, 1969:113).

Continuemos ahora resaltando algunos puntos importantes sobre la Economía Política Crítica que según Lozano, (Golding y Murdock 1993: 15-18) señalan que la economía política crítica es distinta a la economía tradicional en cuatro aspectos: en que es holística, histórica, se preocupa por el balance entre la iniciativa privada y la intervención pública gubernamental, y en que va más allá de las cuestiones técnicas de cómo obtener la eficiencia, para abordar cuestiones morales básicas como la justicia, la igualdad y el bienestar común.

“Para Golding y Murdock, la economía crítica tiene áreas de análisis prioritarias: 1) la producción de bienes culturales, en la medida en que los condicionantes de la producción impactan en el rango de opciones de consumo (...) 3) la economía política



del consumo cultural, para ilustrar la relación entre la desigualdad material y la cultural” (Lozano (1996:81).

Otro punto importante de la visión de la Economía política Crítica es el que señala Esteinou citado por Lozano (1996: 83) en donde dice que “la propiedad privada de las organizaciones de medios permite que los dueños obtengan la facultad de orientar su función cultural hacia el fortalecimiento y la reproducción de sus intereses económicos, políticos y culturales que, generalmente, coinciden con los intereses que movilizan a la clase de poder. Esto se debe a que, en términos generales, la propiedad de los transmisores, especialmente de los tecnológicamente más avanzados, está condicionada a la inversión de un fuerte capital inicial.” Por tal motivo dice Michel “Creadores y dirigentes políticos comenzaron a utilizar la imagen como un arma ideológica, en general para reafirmar el conjunto de valores y reglas del juego de los sistemas de las culturas vigentes, aún cuando se utilizara también en cierta medida para denunciar la injusticia social” (Michel, 1994:139). Asimismo Gómezjara dice que la manera en que se condiciona a las personas para que se transformen en consumidores insaciables de productos innecesarios y/o enajenantes, que no los humanizan sino que los instruyen como compradores, es a través del ocio masivo y particularmente del cine de masas. (Gómezjara, 1995:107)

Por último Lozano señala que se ha propiciado que los medios de comunicación se refugien en la publicidad de sus anunciantes por lo que buscan un gran número de ellos, debido al costo tan grande que tienen sus operaciones, así como sus objetivos de rentabilidad. “La anterior (...) provoca que los medios comerciales no busquen la producción de mensajes con contenidos sociales o culturales – función que en muchas legislaciones se señala como prioritaria-, sino que se concentren en aquellos que resultan más atractivos para el público, aún cuando sean sensacionalistas, superfluos o perjudiciales” (Lozano, 1996:86-88).

Gómezjara habla respecto a esto, pero enfocado a la industria cinematográfica diciendo: “Además del cine en tanto industria cultural es un poderoso agente de



publicidad para el comercio, las pautas y formas de vida de las naciones más avanzadas y las élites rectoras de cada país” (Gómezajara, 1995:49).

Estos son los aspectos más importantes que afectan y encaminan el desarrollo de este documento desde la Economía Política Crítica, ya que su visión analítica de la realidad, así como la concepción dialéctica e histórica del mundo, así como su concepto sobre la economía y los medios de producción, es lo que proporciona rumbo a esta investigación.

Retomaremos un poco para ampliar en este tema la teoría de Imperialismo Cultural, con el cual trataremos de demostrar la hipótesis sobre la proyección limitada que ofrece Cinépolis con predominio estadounidense, así como sus repercusiones culturales en Morelia por influencia de las limitaciones de proyección ideológica y cultural. Citando a Lozano (1996:96) “El imperialismo cultural, llamado también teoría de la dependencia (aunque algunos autores encuentran diferencias entre ambos términos), se aboca a estudiar los desequilibrios de los flujos internacionales de comunicación, así como los patrones de propiedad y de concentración de las empresas transnacionales relacionadas con ellos.”

“La influencia ideológica de la comunicación masiva norteamericana en lo particular, y de la occidental en lo general, no sólo se da directamente a través de la importación de **películas**, programas televisivos, música y demás mensajes. También se manifiesta en la adopción de sus fórmulas de producción, en la imitación de sus géneros, de sus prácticas y valores profesionales por parte de los medios de comunicación de los países importadores” (Lozano, 1996:101).

Un ejemplo de esto es la exportación y proyección de películas estadounidenses en América Latina, más directamente en México. “En términos generales la exportación de filmes se realiza de los países industriales a las naciones desarrolladas, es decir, la mercancía cinematográfica es parte importante del comercio mundial típico de las naciones.



En occidente por ejemplo, a pesar de la libre empresa los filmes estadounidenses monopolizan prácticamente el mercado de la exhibición. En Europa absorben el 63%, un 64% en Sudamérica y un 76 % en América Central. Dentro del propio territorio norteamericano existen lógicamente cadenas monopolistas, como también aparecen en los demás países europeos y latinoamericanos, monopolios nacionales subsidiarios e independientes que manejan el mercado restante” (Gómezjara, 1995: 49).

Este control de los medios cinematográficos tanto de producción como de distribución nos habla precisamente de un imponente dominio sobre la posibilidad de transmitir ideas y mensajes a la gente de los otros países, es decir, influir en la mente de la masa global, transnacional. “Nos encontramos así ante una paradoja monstruosa: el medio capaz de liberar al hombre de las servidumbres múltiples de la ignorancia y superstición y en suma, del subdesarrollo, se utiliza para enajenarlo. (...) A mayor ignorancia, mayor docilidad. (...) Los medios de comunicación masiva tienen el poder de trastocar no sólo los sistemas sino el contenido mismo de la educación, al extender el alcance de sus informaciones y su capacidad de análisis. (...) A la colonización económica corresponde la colonización de los sueños y del espíritu, manejada por la comunicación masiva, cuya evidencia más flagrante son los medios audiovisuales: cine y televisión. (...) Controlados en su estructura económica, ideológica, estética por los grupos de dominio, los medios masivos de difusión audiovisual no buscan, ni apoyan, ni defienden institucionalmente otra finalidad que no sea la de condicionar a los espectadores para que no opongan resistencia alguna a los intereses transnacionales” (Michel, 1994:140-141).

Golding y Murdock basa la afirmación anterior en dos contextos teóricos. El primero se refiere a los procesos de transferencia de tecnologías (hardware) de comunicación, de equipos electrónicos y técnicos de los países industrializados hacia los que están en vías de desarrollo. El segundo se refiere propiamente al fenómeno de imperialismo cultural, es decir, al impacto de los sistemas internacionales de medios de



comunicación, educativos y culturales en la identidad de los pueblos del mundo” Lozano (1996:102). Un ejemplo de la transferencia de tecnología son los formatos de películas que se importan a México: como los dvds de doble capa, los discos blue ray o los discos de alta definición que generan una exigencia adquisitiva tecnológica para su uso, ya que un dvd normal no puede reconocer esos nuevos formatos. De igual forma las compañías distribuidoras exigen a las compañías de proyección cinematográfica nuevos aparatos de exhibición, reduciendo así las posibilidades de los pequeños negocios de entrar en una competencia real, como lo comenta Miriam Jury miembro de la familia Jury precursores de las salas de cine en Morelia.

“Una de las posiciones más firmes del Imperialismo cultural ha sido su posición escéptica y crítica hacia los esfuerzos de las naciones industrializadas por impulsar la modernización y el crecimiento de los países en desarrollo a través de los medios de comunicación” Lozano (1996: 103)”. Las naciones industrializadas, como en el caso de Estados Unidos de América, buscan vender su tecnología a países como México, en vez de promover el desarrollo tecnológico del país creando así una dependencia necesaria y una limitante en otros procesos productivos. Y los países en desarrollo siguen estos parámetros con la ilusión de alcanzar un estado de vida similar al de los países desarrollados. Al respecto Armand Matellart en su libro *La mundialización de la comunicación* expone “En la ciudad, el obrero toma como modelo al burgués; en el campo, el campesino tiene como punto de referencia al obrero. En el ámbito internacional, para conocer cuál va a ser su futuro, las naciones <<menos desarrolladas>> han de mirar indefectiblemente hacia aquellas naciones que han alcanzado un alto nivel de <<civilización>>. La idea de una influencia en sentido único es consustancial a la ideología del progreso lineal y continuo. Es la que asienta la noción dominante de civilización.” Ya no estamos hablando de una dominación cultural sangrienta como en el pasado, sino a cuenta gotas y bien dirigida. Poco a poco se implantan modelos de vida, valores, formas de consumo y hasta ideologías, pero no todos notan dicha influencia.” (Mattelart, XXXX:37 y 38)



“El Enfoque del imperialismo cultural –en su modalidad de teoría de la decadencia- reaccionó a estas estrategias principalmente a partir de la década de los sesenta, acusándolas de no respetar los valores y las culturas autóctonas de los países en desarrollo, así como de tratar de imponerles modelos ideológicos procapitalistas que sólo redundarían en una mayor dependencia económica hacia las grandes metrópolis” (Lozano, 1996: 105).

Lozano resume el Imperialismo Cultural exponiendo que éste “se preocupa por la existencia de desequilibrios y desigualdades en los flujos de medios y mensajes entre los países industrializados y los que se encuentran en vías de desarrollo.” Y esto aterrizándolo a los números que anteriormente resaltábamos en el caso del cine en México, nos damos cuenta que más del 80% de las películas exhibidas en las salas de cine nacionales tienen contenidos estadounidenses. Y no se justificaría por la baja producción mexicana de cine, ya que, otros países del mundo, como la India, tienen una producción cinematográfica similar a la de Estados Unidos.

“Para los teóricos de este enfoque, la transnacionalización de las organizaciones comunicacionales y las tendencias hacia la concentración de la propiedad y el control de los mensajes internacionales, constituyen riesgos muy severos para la soberanía nacional y la identidad cultural.” (Lozano, 1996:110) Mattelart retoma una pregunta al respecto “La idea de que la interdependencia de las naciones conduce inexorablemente al mundo hacia su unificación cultural arranca con el cambio de siglo. Es el Debate que plantea George Herbert Wells (1866-1946) en su ensayo *Anticipatios*, haciéndose la siguiente pregunta: ¿Qué lengua será la que prevalezca en el tercer milenio, en Europa y el mundo? Y con la lengua, espacio supremo donde se define la identidad cultural, ¿Qué cultura se impondrá? (Mattelart, XXXX:39)

“Para ellos, la asimetría económica y tecnológica que se da entre las naciones del mundo, propicia una asimetría similar en el plano de los intercambios culturales. Los países más poderosos controlan las estructuras y las tecnologías comunicacionales a



nivel mundial y bombardean al resto del planeta con sus programas televisivos, películas, canciones, noticias, videocasetes y discos compactos.

Por si la recepción de esos mensajes extranjeros fuera poco, la dependencia tecnológica y económica de los medios locales los hace, muy frecuentemente, imitar los géneros y contenidos de los mensajes foráneos, reforzando la influencia ideológica y cultural de los países centrales.” (Lozano, 1996:110) Lo podemos observar en la programación de una de las dos televisoras más grandes de México: Televisa, quien en los últimos años ha hecho uso de material extranjero en argumentos locales, tal es el caso de programas como Fear Factor, Big Brother, o de series estadounidenses como Smallville, Without a Trace, Doctor House, La ley y el Orden entre muchas otras a lo largo de su historia. Es una constante importación de contenidos norteamericanos y por ende una importación cultural.

Armando Mattelart concluye en su escrito *el medio de comunicación de masas en la lucha de clases* que “no sólo la burguesía nos ha impuesto un modo de organizar la transmisión de mensajes sino que a la vez nos ha impuesto un concepto de comunicación. Hasta ahora hemos sido incapaces de enfocar la comunicación masiva al margen de la alta tecnología. Lo que desde luego va aparejado a un concepto autoritarista de la comunicación, dado que los que detentan el poder tecnológico son los habilitados para transmitir los mensajes.” (Mattelart, 1971:6) Quien define que debemos ver, es quien define que deberíamos creer, o pensar, o en la mayoría de los casos actualmente, comprar.

“Los autores que defienden este enfoque critican el estado actual de los flujos de comunicación a nivel mundial, por considerar que favorecen plenamente a los países más poderosos, especialmente los Estados Unidos. Como una de las posibles soluciones, proponen el establecimiento de un Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación que establezca regulaciones y acuerdos para que los países en desarrollo tengan más posibilidades de convertirse en emisores de comunicación internacional y de contar con representaciones menos negativas de sus culturas y sus



sistemas” (Lozano, 1996:110). Aún es difícil pensar en que esto sea factible debido al poder de las grandes compañías estadounidenses. Y no es necesario llegar a mecanismo mundialmente aceptados como leíamos anteriormente a Mattelart muchos países en el mundo han protegido a través de sus leyes los contenidos nacionales frente a los extranjeros y en especial frente a los norteamericanos, de tal manera, que es más factible una legislación que procure mejores estructuras de desarrollo nacionales para las empresas de comunicación en el país.

En este capítulo definimos de manera más amplia los conceptos de cine, y cultura bajo la visión de la Economía Política Crítica y el Imperialismo Cultural, dejando de manifiesto la relación intrínseca que existe entre la *cultura* y el *cine*. Se han explorado algunas visiones sobre cultura para acrecentar dicho término y no encasillarnos en una definición parcial, sin embargo, para los fines que esta tesis propone debemos aterrizar en una noción útil, por lo cual definiremos a la cultura desde un concepto muy básico, pero claro: La cultura es una actividad netamente humana (artificial) repetida y compartida por un grupo de personas determinado y diferenciado por dicha actividad.

El cine lo describimos anteriormente bajo varias ideas: el cine como un medio de comunicación, como un reflejo de la realidad social, como un sistema industrial, como creador de la cultura de masas, y como un medio potencial de concientización y liberación.

También fue pertinente dar significado a la palabra empresa, ya que nuestra tesis basa su atención en Organización Ramírez. Por lo tanto entendemos a la empresa como la unidad económica de producción y decisión que mediante la organización y coordinación de una serie de factores (capital y trabajo), persigue obtener un beneficio produciendo y comercializando productos o prestando servicios en el mercado.

Por último también nos fue necesario conceptualizar el término monopolio como una forma de mercado en que existe un único oferente, que tiene poder para fijar los



precios de sus productos y conseguir así maximizar sus beneficios. Estos son nuestros conceptos rectores que ayudarán a entender más nuestro perfil de investigación.

La Economía Política Crítica es una teoría que da a los dueños de los medios de producción (en este caso la producción de mensajes se da en los medios de comunicación e información) la categoría de dueños de ideas y la posibilidad de transmitir dichos mensajes. Esto les hace creer que son los dueños de los pensamientos y valores que rigen y que dominan en determinado lugar.

El Imperialismo Cultural es precisamente una línea teórica, muy parecida a la Economía Política Crítica, donde se expone la clara invasión de la cultura de las grandes potencias mundiales hacía los países en vías de desarrollo, buscando con ello penetrar sus ideologías y comercializar sus productos, es decir, buscan implementar su cultura y formas de vida, ajenas a las nacionales.



CAPITULO 2 HISTORIA DEL DESARROLLO DEL CINE EN MORELIA

Para esta investigación es pertinente, ya que establecimos la visión de la que partimos, hacer el ensamble histórico en el que se desarrolló el cine en Morelia, otorgando así la base dialéctica para nuestro análisis posterior. Este camino sobre el cual fue creciendo la proyección y la industria cinematográfica en la ciudad nos proporciona los elementos fundamentales para descubrir si existe una cultura del cine en Morelia, y de ser así, ¿por qué se ha dado? Por tal motivo, este capítulo busca establecer los orígenes y el crecimiento del cine desde los primeros contactos con el cinematógrafo hasta las últimas alternativas de proyección que se han implementado en los últimos años.

Es importante aclarar que no existe mucha información documental de la historia del cine en Morelia. Por esta razón, el primer aporte de la presente investigación será la recopilación de dicha información como base histórica fundamental y referencial, para lo cual nos hemos apoyado mucho del trabajo de Tania Ruiz Ojeda, que en su tesis de licenciatura "Las salas cinematográficas en Morelia desde sus inicios hasta el año 2000" devela este proceso histórico. También como fuentes de comprobación de datos e investigación especializada utilizamos el archivo municipal, así como algunas entrevistas con los involucrados en el desarrollo y continuidad del cine.

No pretendemos hacer toda una referencia sobre la historia del cine en general, ya que es un tema por demás tratado y nos desviaría un poco de la verdadera investigación que deseamos realizar. Por tal motivo hemos decidido omitir la historia del cine mundial, así como su creación y desarrollo. Al mismo tiempo no nos detendremos mucho, por la misma razón, a establecer el desarrollo del cine en México, es preferible al ser un material amplio enfocarnos más especialmente a lo que pasó en Morelia. No obstante, visto desde la posible influencia de los acontecimientos y el contexto nacional y mundial.



2.1 PERIODO DE 1895 A 1910.

En la tesis *Las salas cinematográficas en Morelia desde sus inicios hasta el año 2000*, Tania Ruiz Ojeda presenta en este periodo a un país en aras de modernidad debido al intento de Porfirio Díaz de dar a México un toque de afrancesamiento en la arquitectura, los espectáculos y la moda, así como el desarrollo de la industria y la inversión extranjera. Esto sucedía mientras el cine se inventaba, y con la llegada del mismo, el presidente Díaz se vio sorprendido y retratado convirtiéndose en la primera estrella del cine en México.

En Michoacán fue Aristeo Mercado quién consumó el proyecto económico de Díaz. Durante su larga jornada en el poder Porfirio Díaz promovió la entrada de capitales extranjeros a Michoacán, trayendo consigo novedades como juguetes, dulces, modas, hasta medicinas y por supuesto el cinematógrafo, provenientes de compañías foráneas.

La entrada del capital extranjero hizo que las riquezas naturales de Michoacán fueran explotadas, pero eran muy pocos los que realmente se beneficiaban, los nacientes ricos conformaban una elite encabezada por el gobernador Mercado dejando a un lado a la clase más necesitada.

No todo estaba perdido, la modernización del estado se empezó a movilizar: se desarrollo infraestructura telegráfica, telefónica, carretera y ferroviaria que ayudaría de manera importante en la comunicación estatal. Por estos años también fueron despojados de sus tierras varios indígenas y éstas, a su vez, entregadas a latifundistas, así como la proletarización de los trabajadores, ocasionando la explotación de campesinos. Esto provocó levantamientos regionales que exigían la devolución de sus tierras y mejores condiciones de vida, gestando un movimiento revolucionario.

Ruiz Ojeda utiliza marcadamente las fuentes de hemerotecas como referencia para corroborar los acontecimientos supuestos en un determinado momento de la historia. En este caso se refiere al semanario de políticas y variedades *EL CENTINELA*



que describía un Michoacán distinto al que presuntamente Porfirio Díaz estaba dando al país; criticaban la distribución de la riqueza y las condiciones de vida de las clases pobres. También hablaban de los servicios públicos y su desempeño que era muy cuestionado por varias editoriales.

Según Ruiz Ojeda fue hasta después de algunos años que el cine se desplazara hasta México. Los enviados de Lumiere, C.J. Bon Bernard y Gabriel Vayre, en México hicieron la primera función en agosto de 1896, ésta fue pública y fue dirigida a científicos.

Se dice que Morelia fue uno de los primeros lugares del centro en el recorrido del cinematógrafo por México: “La llegada del cinematógrafo a Morelia está documentada por primera vez a finales de 1896, de la mano del empresario francés Carlos Mongrand, después de que había cubierto una extensa gira por el norte del país, siguiendo una ruta marcada por la disponibilidad de teatros y el impacto que este invento tenía en el público” (Ruiz Ojeda, 2004:69). Como podría suponerse, el cinematógrafo tuvo gran aceptación y apoyo, ya que para muchos representaba el inicio de la modernidad y el progreso. Con ayuda de la prensa local se logró difundirlo hablando de la importancia que tenían el juego de imágenes. “La primera función del cinematógrafo fue dada en el Teatro Ocampo, el cual vistió sus mejores galas para la ocasión. La prensa local narra: – a pesar de la lluvia que se soltó a la hora de la entrada el teatro contó con una numerosa concurrencia y las exhibiciones dejaron sumamente complacidos a los espectadores...varias vistas agradaron a sobremanera –” (Ruiz Ojeda, 2004:70)

Después de estas primeras proyecciones varias compañías cinematográficas visitaron la ciudad, y llevaron el cinematógrafo a lo largo del estado. Era una época de carpas, teatros de zarzuela y compañías teatrales. Apenas dos años después de la llegada de este impresionante invento en Morelia, ya se había generalizado como una actividad recreativa, el Teatro Ocampo regularmente exhibía vistas que entre la gente culta tenía mucho éxito. Los promotores más importantes de este espectáculo en Morelia fueron el Sr. Mongard y Alva y compañía. Estos últimos más adelante



realizarían algunas vistas de la ciudad. Se empezó a ver el cinematógrafo como un futuro negocio.

Entre los morelianos hubo un gran impacto por este invento a pesar de que en las primeras proyecciones había muchos fallos y falta de claridad. Compañías como las formadas por los señores Bouvi y Garcia, Rosas y Aguilar, Victor Weiscopf y Manuel Yzunza se dieron cuenta del potencial del cinematógrafo al ver que la población moreliana llenaba tarde y noche el Teatro Ocampo, escenario favorito para la proyección de las vistas. Estas compañías se convencieron de traer continuamente el cinematógrafo a Morelia.

Regularmente se proyectaban vistas de escenas cotidianas con tendencias nacionalistas como aquellas donde se hacían ofrendas a los héroes patrios. Trataron de darle al cine un carácter educativo al presentar escenas de caballeridad y aquellas que expresaran la moralidad de la Época. De igual forma el cine en esa época era para lo más selecto de la población moreliana. Éste era un evento de gran importancia durante el año, ya que sólo pasaba algunas semanas al año, debido a que el Teatro Ocampo ofrecía más espectáculos.

Ya habían pasado cuatro años de la llegada del cine a Morelia y empezaba a cansarse la gente de presenciar las mismas vistas por lo que el interés empezaba a decaer, incluso algunos empresarios tuvieron pérdidas como consecuencia. Esto en vez de ahuyentar a las compañías cinematográficas las motivó a que desde 1898 empezaran a retratar la belleza de esta ciudad y sus lugares aledaños. Algunos lugares que se retrataron fueron: El Parque Juárez, el bosque de San Pedro, la Tzararacua así como varias calles de Morelia. Mongrand fue uno de estas cineastas quien filmó corridas de toros, actos tanto cívicos como religiosos, al igual que personalidades reconocidas entre los morelianos.

Ruiz Ojeda describe que la manera en la que se informaba a la población sobre las presentaciones de las vistas era a través de carteles, los cuáles eran colocados en puntos estratégicos de la ciudad donde más gente pudiera verlos. Había algunas



menciones en el periódico, pero regularmente no se publicaba el programa completo. “Sería hasta el 11 de septiembre de 1906 que sería publicada, por primera vez, algo parecido a una cartelera la cual decía:

Esta noche a las 8 gran función, proyectándose la interesante película acabada de llegar *Las bodas de S.M. Alfonso XIII*
Y se aclara que la proyección será en el Teatro Ocampo.

Es alrededor de 1906 que son anunciadas las vistas que se presentan ofreciendo título como: *La edad del corazón, Un viaje improvisado, Un problema muy difícil, Los secretos del valle de la muerte, La casa de la peluca, Un día de Gloria, Un gran descubrimiento.*” (Ruiz Ojeda, 2004:72).

Para dar ejemplo de la labor y el sacrificio que algunas compañías tuvieron que hacer para poder aprovechar este invento Ruiz Ojeda nos presenta el caso de la empresa de los hermanos Alva, quienes siendo dueños de una fábrica de bicicletas deciden abandonar dicha labor para dedicarse completamente a la proyección cinematográfica. Guillermo, Salvador, Eduardo y su tío Ramón se iniciaron en la industria como representantes de los hermanos Lumiere en Michoacán. Lentamente fueron captando las funciones que tenía el Teatro Ocampo, establecieron buenas relaciones con las otras compañías para intercambiar material, buscaron diversas formas para llegar a la gente: daban funciones en el mercado, regalaban entradas a las escuelas, incluso llegaron a proyectar en la cárcel. Los hermanos Alva intentaban no perder el interés de su público por lo que presentaban, a la par de las proyecciones, actos de magia, prestidigitación, bailarinas, actos de circo y distintos espectáculos que los pudieran atraer al Teatro Ocampo.

Para algunos era complicado que sus presentaciones fueran aceptadas en una ciudad donde la moral rige, y esto los hacía buscar formas para lograr dicha aceptación, como algunas proyecciones gratuitas para colegios católicos y personajes políticos. Se dice que Aristeo Mercado, gobernador de Michoacán en esa época, pudo gozar de



eventos privados en su honor y el de su familia.

Mientras Porfirio Díaz ve en el cine una posibilidad de ser utilizado para la educación, el descontento de una población reprimida e inconforme empieza a crecer en la idea de una revolución. “La revolución se gestaba y el cinematógrafo de Alva y compañía junto con el fotógrafo Ramón N. Zalce fotografiaban el parque Morelos, película que sería exhibida en el primer “cine” de Morelia: El salón Morelos ubicado en la explanada Morelos, el cual fue construido por los señores Alva como un teatro provisional, durante la remodelación del Teatro Ocampo. Ubicado al costado occidente de la catedral, mencionado por primera vez el 18 de agosto de 1908, se fue acondicionando durante 1909 para ser una sala de cine cómoda y limpia. El cine echaba raíces en nuestra ciudad, sin embargo esto no lo salvó de la crítica y el intento de censura que se daba por parte de algunos medios, como el semanario católico, *El Progreso Cristiano*, el cual alertaba al público de las vistas inmorales que eran exhibidas por los hermanos Alva y compañía. Es ese mismo año es mencionado también el Salón Rojo, aunque de éste no se conservan casi datos, sólo se sabe que era usado para proyecciones cinematográficas y que estaba ubicado en 1º nacional, frente a la casa del gobernador.” (Ruiz Ojeda: 2004:74)

Para este tiempo ya se empezaba a observar la tensión entre las partes que apoyaban a Díaz y los antirreeleccionistas, y el control de los periódicos era tan fuerte que apoyaban al presidente, como fue el caso de un oscuro personaje de nombre Lic. Verdad, quien aparecía como columnista denunciando los intereses ocultos en contra de los antirreeleccionistas, resaltando las bondades del General Díaz. Pero esto no repercutía de manera importante en el desarrollo del cine.

La tendencia del glamour y la comodidad propiciaban que los lugares se modificaran con el paso de los años y no fue una excepción para el cine “El salón Morelos es remodelado, mientras se le da a conocer como el primer centro de espectáculos de la ciudad, la reinauguración es el dos de abril de 1909, proyectando las películas *del paseo de las flores, el desfile de la columna militar, San Nicolás, Palacio de Gobierno*, y ofreciendo una gala al Gobernador Aristeo Mercado y su familia.” (Ruiz



Ojeda, 2004:75)

Cada vez es más notorio el cambio que se estaba gestando, el 14 de mayo de 1909 el periódico *La libertad* anuncia su retiro temporal para hacer algunas reformas, pero nunca regresa a circulación. Es el momento en el que México empieza a perder el romanticismo de antes para encontrarse con una inevitable revolución. Y el cine dejaba de lado la época porfiriana, la de las vistas de los paisajes y las historias con pequeñas enseñanzas. Empieza a penetrar el cine de ficción en un gusto, ya por demás arraigado, por el cine.

2.2 LA REVOLUCIÓN Y EL CINEMATÓGRAFO EN MICHOACÁN 1910-1914

Uno de los acontecimientos más importantes del siglo XX en México fue la revolución de 1910, que respondiendo a una serie de injusticias sociales y al autoritarismo de Porfirio Díaz, inicia una lucha armada al mando de Francisco I. Madero. En Michoacán el Doctor Miguel Silva fue quién se encargó de la cuestión armada.

Según Ruiz Ojeda, en el periodo 1910-1912 el salón Morelos, que funcionaba bajo la dirección de los señores Alva y compañía, se mantuvo dando funciones, pero ya sin tanto espectáculo; la gente continuó asistiendo aunque fueron haciéndose muy irregulares las asistencias.

Poco después, en 1912, surge un nuevo lugar para el entretenimiento: el Cine Club que lo podríamos definir como un salón de diversiones cinematográficas. Este nuevo sitio se localizaba en lo que anteriormente había sido el salón Rojo bajo el mando del Sr. Stauffer quien era francés, pero radicando en Morelia. También en este año los señores Casillas y Hulegas reinaugaron un teatro para las proyecciones cinematográficas, el Cinema Teatro Hidalgo.



Todo esto ocurría mientras crecía una problemática de inconformidad seria contra Madero por parte de la gente en el país. Los grupos rebeldes no se hicieron esperar y al mando de Emiliano Zapata comenzó una pelea por las exigencias sobre los campesinos del sur, que pegaron hasta Michoacán con lo que Miguel Silva se vio presionado. Un dato relevante fue que La Decena Trágica se filmó y fue exhibida en varios lugares de la república. En el caso de Morelia el Salón Morelos y el Cine Club abrieron sus puertas para la proyección de dicho acontecimiento, fue una velada muy concurrida.

El Salón Morelos fue un sitio suntuoso, bello: decorado de pared a pared con murales al óleo. El marco de las puertas y escenarios estaban adornados de unas cortinas de paño azul. La prensa en esa época se daba cuenta de cómo a pesar de los conflictos la gente seguía acudiendo a las proyecciones. El salón estaba en constante transformación ya que buscaba innovar y proseguir con el glamour de la época. El cine Club también hace sus remodelaciones pero nunca alcanza a la del salón Morelos. El cinema teatro Hidalgo sería mencionado por última vez el 2 de febrero de 1913.

En Michoacán se estableció un gobierno militar provisional comandado por el General Gertrudis G. Sánchez, sin embargo la caída de los antiguos mecanismos de poder y control político dio paso a la aparición de grupos de bandoleros, los cuales tuvieron su auge entre 1915 y 1919.

En 1914 el salón Morelos tiene su última remodelación. El 13 de septiembre de 1914 es anunciada por primera vez una película por el nombre de la actriz, Madame Roinne. El 27 de septiembre de 1914 el ayuntamiento ordenó que derribaran el salón Morelos. El 25 de octubre de ese año el salón es clausurado, la medida, que supuestamente se tomó con esto, fue la llegada de los actores no mexicanos. El argumento fue fortalecer o ayudar al cine con sus perspectivas y propuestas. Nada se pudo hacer, el primer cine de Morelia estaba muy golpeado. De esta manera se podía controlar la mirada.

A partir de 1914 se conoce que los cinitos, que trazaron su ruta a lo largo del país, en ocasiones se detenía en Morelia proyectando películas sobre mantas blancas (pantalla), en



plaza de la Soterránea y a la izquierda plaza Carrillo. Fue uno de los pocos medios que continuó, ya que, la información documentada de la prensa se volvió muy complicada después de tal año por la destrucción que se hizo de miles de archivos, periódicos y actas.

Dentro del marco contextual de Morelia selecciona Ruiz Ojeda el inicio de las clases en la orgullosa UMSNH (Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo) mientras en Tlalpujahua se ensambla el primer avión nacional. Por otro lado la elección de Francisco J. Mújica quién sería encarcelado algunos años después y el asesinato de Isaac Arriaga encaminan el cauce del estado. Más tarde Lázaro Cárdenas consigue ahogar los levantamientos cristeros que llegaron a Michoacán en la región de Coalcomán. Mientras el mundo se ve en constantes cambios durante los treinta, se empieza a vislumbrar un tiempo de austeridad y progreso en el ambiente tecnológico que aparentemente dominaría la realidad futura.

2.3 EL SIGLO XX DEL CINE MORELIANO

Para este periodo seguiremos tomando referencia documental del trabajo de Ruiz Ojeda hasta llegar a la parte final del mismo que necesitamos actualizar y retomar.

En la década de los treinta el cine nacional pretende industrializarse, aunque la competencia con la industria Hollywoodense parecía invencible, el cine mexicano después de un tiempo tiene éxito en el público mexicano.

A principios de esta década se inaugura el Cine Paris en Morelia. Este cine se localizaba a cuadra y media de la catedral. Es chusco como en busca de una estrategia de venta mejor los propietarios de este lugar pusieron la pantalla en medio de la sala para atender a un mayor número de espectadores. Obviamente tomaron en cuenta a aquellos que decidían ver las imágenes al revés y les cobraban menos por ver las películas en dicha posición.

También en esa época se inauguraron el Cine México, el cine Hidalgo y el Cine



Universal, el cuál después se convertiría en un sitio para presentaciones de lucha libre y boxeo, ya que no pudo actualizarse a los tiempos modernos. A diferencia de lo que llegó a ser el Salón Morelos lleno de lujos, estos cines ya no tenían la elegancia de los primeros sino que eran meros edificios de cemento con gradas de madera. La crisis en la economía mexicana de esa época también tuvo estragos en el cine dejando de lado su exclusividad para convertirse en un lugar muy popular para las clases menos privilegiadas. Por tal motiva también la arquitectura de los mismos debía ajustarse a la situación así como los precios para ver una película. Se empezó a popularizar el cine a tal grado que empezaron a verse los primeros expendios de golosinas y dulces dentro de los establecimientos, para que la gente pudiera adquirirlos con mayor facilidad.

La crisis que inundaba al país trajo graves consecuencias en la economía estatal donde se redujeron los salarios de los burócratas del gobierno, así como el de todos los trabajadores del estado.

Ruiz Ojeda nos expone que hasta 1937 fue que los periódicos en Michoacán surgen de nuevo. El diario EL ZURCO presenta un país más maduro y moderno que puede hacer una autocrítica y en donde distintas corrientes ideológicas se divulgan y son puestas en práctica. Es presidente de México el general Lázaro Cárdenas del Río quien busca modificar muchas de las realidades porfiristas que beneficiaban a sólo algunas personas (las clases privilegiadas) y que ahora son despreciadas por el pueblo. El ZURCO hace un constante llamado a miles de michoacanos para que sean un pueblo crítico culto y consciente, que al mismo tiempo hace publicaciones de las biografías de algunos héroes nacionales, así como las de intelectuales de otros países como Hidalgo y Nietzsche. Como periódico responsable no sólo exponía los derechos de los que gozan los ciudadanos sino que presentaba también las responsabilidades de los mismos.

El general Lázaro Cárdenas del Río da la orden de que en Morelia se refugien los miles de niños exiliados durante la guerra civil española en el Internado España México recién creado para dicho objetivo. Los niños españoles llegaron a México con la esperanza de una nueva oportunidad de vida y el presidente de nuestra nación les



proporcionó tal oportunidad.

En el año 1937 también se abre al público el Cine Rex con algunos lujos en sus inicios aunque sólo estuviera conformado por una sala. El Cine Rex se ubicaba en la Calle García Obeso #33 en el centro de la ciudad a espaldas de la catedral. La familia Jury era la propietaria del mismo. Uno de los lugares para la familia en la ciudad era este cine, que se fue deteriorando con los años hasta convertirse en un cine de películas para adultos en sus últimos años de existencia, ya a principios del siglo XXI.

Hacia 1938 el Cine Eréndira comienza sus funciones que exponían películas para un público que buscaba diversidad en el origen de las mismas. Este cine se ubicaba sobre la avenida Madero a una cuadra de la Catedral moreliana. Las películas de Hollywood empiezan a penetrar en el gusto de los espectadores quienes asisten con más frecuencia al cine.

Un suceso memorable para los mexicanos fue el decreto de la expropiación petrolera que el presidente Lázaro Cárdenas hizo en esta época, sin embargo se generó una mala imagen del país en todo mundo que terminaría afectando el bolsillo de los mexicanos con una devaluación del peso de 3.6 a 5 pesos por dólar.

Ya para 1941 con la Segunda Guerra Mundial México recobró su importancia comercial. Empresarios del extranjero veían a México como un país en donde invertir para el desarrollo industrial. Esto traería una gran mejoría económica que se vio reflejada en la baja del peso que pasó de 6 a 4.85 pesos por dólar.

Pero no fue el único beneficio, también el cine mexicano cobró regalías, ya que la época de oro del cine en México lograba su cúspide. En ésta época se forjaron grandes ídolos del cine mexicano como Pedro Infante y Jorge Negrete quienes producían reacciones impresionantes en las miles de admiradoras que tenían. Al mismo tiempo se crea la ley del seguro social que brinda protección por primera vez a los trabajadores mexicanos, los cuales hasta el momento se encontraban indefensos.



A pesar de las grandes medidas económicas que se tomaron en el país, con el fin de la segunda guerra mundial, Michoacán se ve absorbido por la pobreza, la clase del proletariado aumenta a la par de la inestabilidad en la moneda nacional que se devalúa y se restablece en múltiples momentos.

2.4 NACE EL PEZ GORDO (Organización Ramírez)

Para algunos visionarios es momento justo para invertir así como lo hace en 1947 el Lic. Enrique Ramírez Miguel al iniciar una de las organizaciones y corporativos más importantes de México: Organización Ramírez. Esto comienza con la inauguración del Cine Morelos ubicado a una cuadra de la avenida Madero y el cual más adelante se vendería a la cadena Operadora de Teatros, S.A.

En el trabajo de Ruiz Ojeda observamos cómo expone una realidad moreliana que para 1949 estalla en un movimiento estudiantil originado en la Universidad Michoacán de San Nicolás de Hidalgo que da como resultado la muerte de dos estudiantes y la renuncia de José Ma. Mendoza Pardo a la gubernatura de Michoacán. Este acontecimiento sería más tarde utilizado como consigna por un nuevo movimiento estudiantil en México en el año 1968.

Para 1952 el Cine Colonial abre sus puertas a un cine con un enfoque más familiar y orientado a la clase media alta. El cine colonial estaba ubicado en los portales del centro histórico y era propiedad de la familia Jury, que a su vez tenía también al Cine Rex. Esta familia fue de las primeras que vio al cine como un negocio que podía ser explotado ampliamente.

Una opción más de proyección cinematográfica abriría sus puertas en 1955, pero esta vez eran salas para los más humildes: El Cine del Río, que se ubicaba en la calle Abasolo, fue conocido como el cine piojito. Este cine daba espacio a algunos campesinos que viajaban a Morelia para tramitar algún documento o para realizar una labor específica.



Fue muy conocido que el Cine del Río sólo proyectaba películas mexicanas y por lo tanto las clases más bajas eran las que asistían con mayor frecuencia.

En esta época surge un parte aguas en el entretenimiento: la televisión, que con su aparición crea expectativas en el público aunque aún no penetraba en el mercado de la población mexicana.

Como ya se estaba generando la visión de negocio sobre el cine, en 1956 nace una nueva alternativa: el Cine Morelia, que se encuentra en Santiago Tapia esquina con Gómez Farias y que sería también el inicio de un consorcio de cines que revolucionarían la experiencia de ver cine, Cinépolis, pero aún tardaría tiempo para esto. Desde sus inicios sería reconocido como un lugar exclusivo y de mucha clase para los habitantes de la ciudad. Con regularidad se darían cita en él personajes importantes de Morelia. Además se convierte en el lugar preferido por muchos jóvenes que a la fecha siguen compartiendo dicho gusto con los jóvenes de las generaciones presentes y seguramente de las futuras, haciendo de esto una tradición y una Cultura del Cine.

Y aunque los jóvenes compartían el gusto por ir al cine, también compartían una realidad apremiante de crisis económica que ocasionaría manifestaciones, huelgas y muchos movimientos sociales. En la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, mientras llega a la presidencia de México López Mateos, hay disturbios y conflictos que dejan un estudiante muerto como saldo de los enfrentamientos y el rector en turno es destituido. El gobierno estatal al mismo tiempo reprime de manera brutal a campesinos de la zona de Jujucuto.

Un año fúnebre para los estudiantes michoacanos sería 1966 quienes a través de las órdenes del gobernador en turno Arriaga Rivera sufren una terrible y sangrienta represión, que abarcó alumnos y maestros de la Universidad Michoacana por igual.

A finales de los setenta los jóvenes se hacían escuchar en todos los medios, hasta en las pantallas cinematográficas se veía la juventud que buscaba reconocimiento por la



sociedad. En ese tiempo aparece una de las bellezas más importantes de Hollywood, Marilyn Monroe, que generaría un interés especial por el cine y sería causa de asistencia a las salas de cine buscando ver a la nueva diosa del celuloide, símbolo sexual del cine.

Más tragedias fueron enmarcando el desarrollo de la sociedad mexicana. En 1968, una de las más grandes aberraciones contra estudiantes en México se hizo sentir con los atentados en la Plaza de las Tres Culturas, en Tlatelolco, para poner fin al movimiento estudiantil de la capital del país. Algunos investigadores afirman que el presidente Díaz Ordás y Luis Echeverría dieron la orden del atentado militar contra los estudiantes dejando un saldo incierto de muertos que iba de entre 40 a 3000 muertos, aún está en investigación. Este hecho marcaría no sólo a las nuevas generaciones de jóvenes mexicanos, sino a las de muchos países más.

Los jóvenes alrededor del mundo alzaron la voz y dieron su opinión, expresaron sus ideologías e invadieron las calles como en Praga y París. El cambio ideológico pasaría por la música con la generación del rock que se vería presente en la rutina de los jóvenes y adolescentes de esa época.

Algo muy interesante, que presenta Ruiz Ojeda en el análisis histórico del cine en Morelia, es la idea de que la popularización de la psicodelia da origen a la tendencia pornográfica del cine:

“La cultura psicodélica se populariza, el uso de las drogas, la revolución de los sentidos, la aceptación del sexo y la condición de la mujer marcaría una nueva manera de ver y vivir la sexualidad, esto sería llevado a la pantalla, no sólo por los más famosos representantes del género, Figuras como Elvis Presley, serían sustituidas por jóvenes llenos de rebeldía, llevando a figuras como James Dean, a ocupar un lugar en la historia del celuloide.

Este destape trascendió las normas impuestas no sólo en cuanto a conducta, los desnudos se volvieron más populares y fáciles de aceptar y aunque no resultaban comunes, no era extraño ver un cuerpo desnudo en las películas. Los productores de cine



porno se dieron cuenta de esto y poco a poco comenzarían a filtrarse en muchas de las salas, para tener su apogeo en la década de los ochenta”. (Ruiz Ojeda, 2004:100)

El inicio de los setentas vio morir a uno de los presidentes de México que más luchó por los intereses de su pueblo, Lázaro Cárdenas, en 1970 y tres años después el mundo presenciaría el final de una de las guerras más absurdas de los últimos años, la guerra de Vietnam donde Estados Unidos, una de las potencias mundiales más grandes, fue derrotado por los habitantes de dicho país.

Mientras la economía del país se iba desplomando junto al peso, la deuda externa crecía y los salarios bajaban, se creaba la carrera de Economía en la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo.

En 1975, continuando con el proyecto que inicio Enrique Ramírez Miguel, se edificaron las primeras salas de “Multicinemas Plaza las Américas” que aunque eran sólo dos éstas tenían la tecnología más avanzada de la época y todas las comodidades necesarias. La innovación de dicha nueva propuesta era poder encontrar en un mismo sitio la posibilidad de decidir entre dos películas en diferentes salas. Otro atractivo extra era la ubicación de las salas: en un centro comercial, ya que en una visita podían hacer compras y acudir al cine. Al mismo tiempo una propuesta totalmente diferente se inauguraba en el centro de la ciudad el Cine de arte Buñuel que ahora es conocido como el cine Arcadia pretendía acercar al público moreliano las concepciones cinematográficas de Europa.

El año de 1975 fue de igual forma un año complicado para la economía del país, miles de trabajadores (obreros) perdieron su empleo gracias a la crisis. Una de las preocupaciones del gobierno era en ese tiempo la sobreexplotación demográfica, por lo que buscaban distintas formas de bajar los índices poblacionales. Un hecho de importancia para la igualdad de género ocurre en este año al tomar protesta como gobernadora de Colima Griselda Álvarez: la primera mujer en ocupar un cargo público de importancia en México.



Extraños hechos acontecen en el ambiente político de los Estados Unidos de América con el triunfo de Ronald Regan, quien antes había sido actor de películas del viejo oeste; el poder del celuloide como influencia en la imagen de un candidato se hace notar en esto. Fatalmente una epidemia invadiría los ochentas causando terror por todo el mundo: el SIDA. La situación en Centroamérica no era muy alentadora tampoco. Las guerrillas invadían los países del centro y la gente sólo podía verse en el fuego cruzado entre el gobierno y los soldados de la guerrilla.

La crisis se ha incrementado tanto que el dólar ya cuesta cerca de los 23 pesos. El cine ya no es una alternativa para toda la gente, se ha convertido en un entretenimiento difícil de pagar. Por lo tanto la televisión se posiciona como uno de los medios más atendidos por los mexicanos, las telenovelas se han convertido en un vicio para los hogares mexicanos. TELEVISA la empresa más fuerte de la televisión mexicana empezó a proyectar telenovelas importadas y esto penetró más en el interés de la gente.

Ante tal fuerza de la televisión y la aparición de la videocasetera cientos de salas de cine en el país tienen que cambiar de giro; empiezan a buscar películas más baratas de mayor atracción para la gente, así establecimientos como el Cine del Río integra en sus proyecciones la pornografía.

El 6 de enero de 1981 el C.P. Antonio Ruiz Hernández inaugura el Cinema Victoria con grandes ilusiones. Este cine llega a tener gran éxito con los morelianos a trayendo a miles de ellos a sus salas con películas como *Los Díez Mandamientos* y *Quo Vadis*, después los protagonistas principales de la cartelera serían Charles Bronson con su películas y Sylvester Stalone con su serie de Rambo. Lo jóvenes siguen siendo los más interesados en los estrenos más recientes dándose cita en el cine Victoria.

También a principios de los ochentas sobre la Avenida Lázaro Cárdenas se abre otro cine que llevaría el nombre de dicha calle. Una propuesta con instalaciones cómodas pero sin el lujo de los cinemas de la Organización Ramírez.



El mundo se viste de negro en 1983 con la muerte de uno de los grandes del cine Luis Buñuel. La Guerra Fría termina y las alianzas soviéticas terminan también así como algunas fuerzas socialistas.

En los 90's el crecimiento de la Organización Ramírez bajo el comando de Lic. Enrique Ramírez Miguel es inevitable y hace que los otros cines vuelvan a restablecer sus ofertas para que logren sobrevivir. La producción del cine mexicano es de muy baja calidad y sus temáticas se centran en historias de ficheras, al ver tal hecho las distribuidoras inclinan su interés hacia las salas de mayor tamaño y con más éxito, todo esto obliga a una reestructuración de los cines más pequeños y con menos atractivo.

La creación de los Cinemas Gemelos hace crecer a la Organización Ramírez. En primera instancia eran sólo dos salas, pero más tarde se convertirían en Multicinemas Plaza Morelia al extender su espacio hasta seis salas.

2.5 LA DECADENCIA DEL CINE EN MORELIA

Los otros cines no corrieron la misma suerte, varios sitios como el Cine Rex y el Cine Buñuel (Arcadia ahora) tuvieron que empezar a proyectar películas pornográficas para lograr sobrevivir mientras el Cine Colonial sólo exhibía reestrenos. Entre 1992 y 1994 el Cine Victoria tuvo que cerrar sus puertas su reaparición tuvo que darse con una cartelera de cine erótico, que no era tan explícito en sus escenas como el cine porno. Por otro lado, el cine Eréndira se consumía entre las huelgas que ya llevaban muchos años.

Para 1990 la Organización Ramírez empieza a crecer a tal grado que compra el Cine Morelia y los transforma en los Multicinemas Morelia Centro que actualmente son cede del Festival Internacional de Cine en Morelia.

Con el ascenso de Salinas de Gortari al poder y sus promesas de desarrollo con el planteamiento neoliberal México se convierte en un país de primer mundo sólo en el



imaginario colectivo. Las familias sentían seguridad, los bancos de igual forma otorgaban préstamos y un clima de confianza se podía percibir en el ambiente, pero toda la farsa se descubriría con el cambio sexenal. Todo empezaría con una serie de muertes alrededor de la república: primero el Cardenal Posadas en Guadalajara, pocos meses más tarde Luis Donaldo Colosio en Tijuana. Una problemática más complicada se estaba gestando en el sur de México el Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN) aparecería en Chiapas, ya que en enero de 1994 el Tratado de Libre Comercio entraría en marcha entre Estados Unidos, Canadá y México. Saltó la protesta ante un tratado que beneficiaría claramente a la economía de Estados Unidos y crearía una dependencia mayor de México hacia ellos.

Para el infortunio de los mexicanos la cortina de lodo que cubría la visión de la población se desplomó en 1994 con una de las crisis más fuertes para el país. El pueblo mexicano estaba hundido en la pobreza y la deuda nos apretaba cada vez más: la pesadilla del neoliberalismo. Ante tal crisis llega al poder ahora el ex-secretario de Educación Ernesto Zedillo Ponce de León.

Un nuevo proyecto de la Organización Ramírez nacería en 1997 en Morelia con la inauguración de Cinépolis la Huerta con diez salas. Fue muy atractivo para la gente el nuevo concepto de este cine por la variedad de posibilidades y la instalación en el centro Comercial la Huerta. Otro factor que influyó en el éxito de este nuevo cine fue el acondicionamiento tecnológico con el sistema Dolby Stereo en algunas de sus salas, así como la nueva arquitectura de las salas, que eran más pequeñas y más cómodas.

En la década de los noventas un cambio radical hace que el cine mexicano empiece a despuntar de nuevo en todo el mundo; propuestas nuevas y creatividad en los trabajos dan como resultado lo que se le conocería como el nuevo cine mexicano. Una generación de directores, productores y actores que centraban su interés en las historias mucho más realistas y con temáticas sociales, pero con la preocupación por la técnica cinematográfica y la narrativa envolvente. Esta nueva etapa del cine mexicano otorgaría una oportunidad más al cine nacional en las salas de cine y en el gusto del público.



Ruiz Ojeda también nos presenta como en 1999 después de años de huelgas el Cine Eréndira cierra sus puertas y es transformado en una tienda, lo que ocurriría también con el Cine Morelos.

Este año no fue negativo para la producción mexicana y películas como *sexo, pudor y lágrimas* se situarían en un lugar importante de la producción nacional al tener gran éxito en las salas de cine mexicanas. Tal suceso fijó en la mente de las distribuidoras como un negocio al cine mexicano con producciones como *La ley de Herodes* y *Todo el poder*; se vio que México tenía también capacidad creativa y una posibilidad más con su público al atraer mucha gente a las salas donde proyectaban dichas películas.

En el año de 1999 la Organización Ramírez con una ambiciosa visión abre el complejo de salas de cine más grande de Morelia: Cinépolis Plaza Morelia. También ubicado en un centro comercial: Plaza Morelia, esta nueva oferta cuenta con 16 salas, una cafetería, dulcería, crepería, así como un servicio de guardería. Otro aspecto integrado a este complejo fue una de las pantallas más grandes de México: el tamaño IMAX o comúnmente conocido como Megapantalla, que brindaría al espectador una experiencia única. También invertirían en tecnología sonora con el sonido THX y otros avances tecnológicos que mejorarían la percepción del público. Actualmente es uno de los cines más concurridos exitosos de Morelia con una variedad de películas para la elección de la gente.

En agosto de 2000 fue cerrado y vendido el cine Colonial. El cine Rex años más tarde fue demolido y se construyó en su lugar un estacionamiento. El cine Victoria también cerró sus puertas y sólo sobrevive el Cine Arcadia con una cartelera de pornografía que apenas consigue asistencia. En el 2003 se creó una nueva alternativa de cine muy distinta a lo que se está acostumbrado: El Cine Empresarial, donde a través de este medio se capacita a los empleados de las empresas en algunos temas pertinentes a las necesidades de las mismas. Más adelante se verán a detalle las alternativas que existen actualmente frente a la Oferta de Cinépolis como esta.



Como último elemento en este capítulo presentamos la entrevista que realizamos a la señora Myriam Jury Germani hija de uno de los pioneros del cine en Morelia Don Neif Jury. Para nosotros esta entrevista fue crucial para el análisis histórico del desarrollo y decadencia del cine en Morelia, pero muy en particular para descubrir las razones por las que se cerraron realmente algunos de los cines en Morelia. Esta es una visión distinta del desarrollo del cine en Morelia y de Cinépolis también, con la que ampliamos la investigación de Ruiz Ojeda.

La señora Myriam Jury Germani se empieza diciendo:

“Actualmente me dedico a otra cosa totalmente diferente de los cines, pero realmente nosotros terminamos con el negocio de los cines el año pasado, o sea, en el 2005.

La familia empezó el negocio de los cines desde mi abuelo José Jury. El empezó en el año de 1923-24 aquí en la ciudad de Morelia. Familia de exhibidores, aunque en algún tiempo también se dedicaron al teatro. Era entre cine y había algo que le llaman las caravanas artísticas, entonces traían un grupo de artistas y se presentaban aquí en Morelia, o sea, era una combinación de las dos cosas: espectáculos.”

1. ¿Por qué cree usted que hoy en día la gente acude a las salas de cine?

R: “Pues es muy relativo. Actualmente la gente acude al cine por muchas razones, por diversión entretenimiento. Durante mucho tiempo el video le quitó mucha gente al cine sobre todo cuando entraron las videocaseteras y después los dvd’s, pero con el avance tecnológico y con las nuevas generaciones de artistas y directores sobre todo norteamericanos y europeos como que le ha dado una nueva visión al cine, y sobre todo es más espectacular que antes. Entonces por eso creo que la gente acude ahora al cine.”



2. ¿Qué tanto conocimiento piensa que tienen los morelianos sobre cine en general?

R: “También es muy relativo, depende del nivel socioeconómico del que estemos hablando. Yo creo que en el nivel alto y medio la gente tiene bastante conocimiento del cine, en los niveles bajo y medio bajo yo creo que lo toman más como entretenimiento sin tener un conocimiento exacto de qué es lo que está pasando. Yo creo que influye mucho la educación en ese sentido, los medios de comunicación, porque ahora hay mucha información en los mismos noticieros, hay una sección de espectáculos entonces te hablan siempre sobre cine, te hablan sobre los actores, los directores y todo este tipo de cosas, entonces si hay una cierta información en la gente de clase media y media baja, pero yo creo que los que más conocen son los de clase media alta y alta.”

3. ¿Usted cree que los morelianos estén interesados por los temas de cine?

R: “Aquí en Morelia hay un fenómeno muy curioso porque ahora los que van mucho al cine son los jóvenes la gente mayor como que va menos al cine. Y los jóvenes ¿por qué van al cine?, pues porque no hay mucho que hacer en Morelia, entonces sí lo ven como un entretenimiento, como una diversión, como algo que hacer. Los mayores por lo mismo que tienen otras ocupaciones van menos. Ahora en cuanto a temas de cine en sí, yo creo que los morelianos si tienen bastante conocimiento de lo que es el cine, porque en general la ciudad en si tiene un acervo cultural entonces hay una tradición cultural en la ciudad y eso también influye en que la gente quiera conocer más sobre temas como teatro, cine televisión, yo creo que sí hay ese conocimiento.”

4. ¿Cree usted que exista en Morelia una Cultura de Cine como tal?

R: “Una Cultura de Cine como tal no creo todavía, pero hay una formación, de hecho está el festival Internacional que se está llevando a cabo desde hace ya unos 2 o



3 años y acaba de estar la muestra aquí en Cinépolis. Hay una formación, yo no diría cultura. “

5. ¿Cómo fue la historia de su familia dentro del negocio de las salas de proyección cinematográfica?

R: “Como te decía, el cine en Morelia realmente empezó en los años 20’s, o quizás un poquito antes. No te se decir exactamente. Lo que sí sé es que la primera sala cinematográfica que hubo en Morelia, no era una sala de cine. Donde está el hotel Alameda actualmente había un terreno baldío, entonces ahí lo que hizo mi abuelo fue que ponían una manta en la mitad del terreno y bancas y por delante estaba el proyector. Entonces había bancas adelante y atrás de la pantalla, la gente que estaba de frente que veía los letreros les cobraban equis cantidad y los que estaban detrás les cobraban menos. Esos fueron los primeros intentos de cine, después mi abuelo empezó a rentar algunos teatros, que no eran salas cinematográficas, sino que eran teatros y los adaptaron para que fueran salas cinematográficas en los años veintes. Uno de ellos es el que era el cine Eréndira que ahora es almacenes García. Durante algún tiempo estuvo también alquilando el teatro Ocampo que en aquella época era una cosa más modesta, tenían otro en Pátzcuaro, el rey Calzoncin se llamaba; y ahí fue cuando empezaron realmente después de 1925. Yo te diría que, en esa época, los en únicos que tenían los cines era mi abuelo, mi papá y su hermano, o sea, la familia Jury eran los únicos que tenían los cines.

Ya en la década de los treintas empezaron lo que ya fue realmente la construcción de los cines en sí. Se construyó el cine Rex, que ahora es un estacionamiento; se construyó el cine Eréndira y algunas otras personas empezaron a incursionar también en el cine en Morelia. Lo que era el cine del Río, el cine Morelos, pero eso se inició un poquito después ya en los cuarentas. El Licenciado Ramírez construyó el cine Morelia mucho después que la familia Jury. Yo creo que fue en los cincuentas cuando se construyó el cine Colonial, por ahí, son más o menos de la misma



época el cine Morelia, que ahora es Cinépolis Centro, y el cine Colonial. El licenciado Ramírez en esa época nada más tenía ese cine “el cine Morelia”.

Mi papá con mi tío y con su hermano aquí en Morelia tenían: el cine Colonial, el cine Eréndira, y el cine Rex; y en Zitácuaro el cine Avenida, habían dejado el de Pátzcuaro porque era rentado y empezaron en otros estados de la República. Se fueron a Aguascalientes y a Zacatecas, ya no construyeron más aquí en Morelia. En esa época también en los años cincuenta empezaron a crecer una serie de cadenas de cines en toda la República: Una que era de un señor Genkins, otra que era del señor Alarcón, que era o que es el dueño del periódico el Heraldo de México, don Enrique tenía algunas otras salas, pero todavía no había expansión como actualmente se conoce, luego estaba la cadena del señor Don Luis R. Montes, eso fue a finales de los cuarentas y en los cincuentas. De 1946 a 1955-56 fue cuando empezaron a expandirse todas estas cadenas de cine. Voy a regresar tantito, el cine Rex se inauguró en 1938, el Eréndira más o menos en 1940 o 45 por ahí; el Colonial en 1952, ya es mucho después, el Morelia debe haber andado por ahí, entre 1948 y 1952. Y el Morelos y el del Río ya estaban, pero también son de los años cuarentas. Mi papá entra en sociedad con Don Luis R. Montes a finales de los cuarentas de ahí se expande la cadena Luis R. Montes en lo que es Aguascalientes, Zacatecas, Guanajuato, Colima, Guadalajara una zona bastante amplia, prácticamente el occidente y el centro del país. Igualmente la cadena del señor Genkins, la de Alarcón, la de Alatraste empiezan a extenderse, sin embargo a finales de los cincuentas y principios de los sesentas el gobierno compra o renta todos los cines de todas estas gentes. Y se crea lo que se llamaba CORTSA que era compañía del gobierno. En esa época el gobierno toma el control total podríamos decir de los cines, y hay un control de precios inclusive, o sea, no podías aumentar los precios de las entradas; ahí hubo una muy fuerte competencia y una época muy difícil para los exhibidores, los que eran independientes pasaron tiempos muy difíciles porque la compañía Nacional de Teatros si era una competencia, el gobierno; y además tenía muchísimas salas, además los tenía muy controlados a los independientes: no los dejaba aumentar precios, los sindicatos eran muy fuertes con unas prestaciones impresionantes. Entonces a pesar de eso sobrevivimos, sobrevivieron los cines. Por



qué, porque era una época de que había todavía películas buenas no solamente americanas sino también nacionales. Aquí en Morelia se daba mucho lo del cine nacional, entonces la gente acudía mucho al cine.

Luego en los sesentas y en los setentas fue una época en que empezó el cinemascope, luego vinieron las grandes producciones americanas como “Moisés”, “Los diez Mandamientos”, “Cleopatra” todas estas películas espectaculares atraían mucho a la gente al cine. Luego ya en los setentas se vio una necesidad de remodelar los cines, porque cuando empezaron los cines, eran dos localidades: la luneta y el anfiteatro, entonces aquí en Morelia el Eréndira y el Rex tenían las dos localidades inclusive el cine colonial tenía las dos localidades. El cine Morelia no, el cine Morelia desde un principio fue de una sola localidad. En 1975 más o menos se remodelaron el Rex y el Eréndira. Se tumbó la parte de arriba, lo que era el anfiteatro y se hicieron cines tipo estadio con una sola localidad. Se cambió todo el inmobiliario y el equipo de exhibición. Se reinaugaron en 1978 los dos el Rex y el Eréndira. Al colonial se le hizo una remodelación muy simple, únicamente se cambiaron butacas y se cambió el equipo de exhibición, es decir, el proyector, no se hizo ninguna reconstrucción física del inmueble. Y en esa época los setentas o finales de los sesentas el gobierno empezó a regresar los cines a sus dueños, después de un pleito de muchos años, que no querían regresárselos, pero realmente se dieron cuenta de que no era negocio el cine para el gobierno, con Echeverría, y tenían que deshacerse de ellos. Entonces pasaron bastante tiempo en pleito y después les regresaron los cines. Fue a principios de los setentas cuando el Lic. Ramírez y el Ing. Ramírez empezaron a hacer la alianza podríamos decir con la Comercial Mexicana para hacer los famosos gemelos. No fue solamente en Morelia sino en muchas partes de la República ahí fue cuando empezaron a crecer los Ramírez. Qué pasó con los cines en Morelia, los cines de los Jury en Morelia? Los remodelaron, fue una época buena. Con la remodelación empezaron a atraer nuevamente gente el Rex cuando se reinauguró, me acuerdo perfectamente, se reinauguró con la primera película de las guerras de las galaxias entonces era un mundo de gente aquello. Después de la remodelación en los setentas todavía en los ochentas más o menos, ¿qué pasó? El centro se invadió de vendedores ambulantes,



una cosa terrible, entonces empezó a bajar la entrada de los cines, porque había vendedores ambulantes por todos lados. La gente ya no venía al centro. Empezó a crecer la ciudad de Morelia después del sismo de 1985 en una forma impresionante. Porque fue lo que realmente pasó, después de 1985 la gente se empezó a salir de la ciudad de México, y empezó a irse a provincia. Realmente después de 1985 fue que la ciudad de Morelia explotó de gente, antes era una ciudad muy tranquila. Entonces empezaron a crecer los suburbios lo que son las zonas alrededor del centro de Morelia, empezó a crecer la zona de la Chapultepec, las Americas, Camelinas y hacia la Huerta hacia todo el río. El centro estaba muerto, totalmente muerto y los vendedores ambulantes cada vez eran más y más. Obviamente el negocio del cine se vino para abajo en 1994 nosotros intentamos, aún con los vendedores ambulantes allá afuera remodelar el cine Colonial y hacer seis salas, ya para esa época ya habían hecho los Multicinemas en el Centro los Ramírez, por ahí más o menos se inauguró también Plaza Morelia no recuerdo exactamente la fecha. Nosotros intentamos remodelar, de hecho se empezó la construcción en la parte de arriba primero para hacer las salas de arriba. Se nos vino la devaluación de 1994 y habíamos pedido un préstamo muy fuerte al banco que nos dio en la torre. Los intereses olvídase, 150% de intereses, ¡¡no!! gruesísimo. Fue una época muy difícil para los empresarios porque se vino todo abajo. Se paró la construcción, también en esa época entablamos un pleito con el socio de mi papá. A mi papá le dio un infarto cerebral, un derrame cerebral en 1991 y el socio de mi papá tenía los cines en esa época, no los manejábamos nosotros los manejaba él directamente. Entonces entablamos un pleito con él, para que nos devolviera los cines y manejarlos directamente nosotros. Nos los devolvió, pero se quedó ahí un juicio que duró 4 o 5 años en relación al cine Eréndira. Finalmente el cine Eréndira lo vendió él sin avisarnos a nosotros, se quedó con el dinero, fue una época terrible. Nos comieron los intereses, se tuvieron que pagar esos préstamos. El Eréndira entró en huelga contra Luis Montes que era el dueño de la cadena de cines Montes. Nosotros recuperamos en 1991 el Rex y el Colonial, no pudimos recuperar el Eréndira, entonces mi hermano y yo nos pusimos a manejar el Colonial y el Rex. Lo de Aguascalientes y Zacatecas se lo quedó también el socio porque mi tío ya había muerto, y la esposa se los dejó a él. Se deshizo la sociedad, Luis Montes se quedó con la mayor parte de los cines, arruinó a



mucha gente y al final de cuentas el también pidió un préstamo a Banco Obrero para reconstruir los cines y hacer Multicinemas, pero nunca los hizo, quién sabe que hizo con el dinero y el banco se quedó con los cines. Todos estos cines que tenía en Guadalajara, León, Aguascalientes, Zacatecas un desastre total. Entonces nosotros manejamos el Rex y el Colonial desde 1991. Hicimos todo lo posible en el Colonial se metieron películas mexicanas, películas americanas, dos por uno, nada no entraba la gente. Teníamos un espacio de un metro junto a la taquilla para que pudiera entrar la gente porque los vendedores nos habían invadido todo el frente del cine y acá en el Rex desafortunadamente mi hermano empezó a meter películas pornográficas y empezaron a pegar. Entonces con el único objetivo de tener dinero para comer y para sobrevivir y para sobrellevar un poco la carga financiera que traíamos pues nos seguimos con las películas pornográficas, fue horrible. Honestamente fue una experiencia muy desagradable el que el cine Rex fuera pornográfico, pero pues no nos quedó de otra. Teníamos que pagar los intereses, pagar a la gente, pagar el seguro social, pagar los sindicatos, etc. Finalmente en el 2000, ya después de toda la crisis del 94 y 95, nos ofrecieron comprar el cine Colonial, querían hacer una tienda, una tienda muy grande finalmente no la hicieron y pues se les vendió. Con lo que se rescató de ahí se pagó gran parte de la deuda que se tenía y se liquidó a la gente. Había gente que tenía más de 40 años trabajando con nosotros varios empleados. Y con mucha tristeza lo tuvimos que entregar. Seguimos trabajando el Rex. Para nuestra gran sorpresa al año de vender el cine Colonial quitaron a los vendedores ambulantes, pero ni aún así no se les dio el permiso para que hicieran la tienda. Ahora ¿los otros cines por qué cerraron? Pues por la misma razón el Morelos, el del Río cerraron pues porque no había gente en el centro, se vinieron abajo totalmente. Y obviamente a nivel nacional empezó a crecer el ingeniero Ramírez. Entró Cinemark, entró Cinemex que son una competencia de Cinépolis. Yo te podría decir que acapararon totalmente películas y por otro lado a todos los independientes, porque nosotros no éramos los únicos independientes. Hay muchos en el país. Pero nos ahogaron totalmente, porque no traíamos el dinero que traían atrás estas gentes sobre todo Cinemex. El Ingeniero, sabemos todos muy bien que el dinero salió de todas las salas que tenía de los Gemelos y también de muchas inversiones inmobiliarias que tenía, pero Cinemex tría



atrás un grupo de gente, judíos, que le metieron mucho dinero. Cinemex es un grupo de jóvenes que estudiaron en el ITAM, de repente se les ocurrió que querían empezar una cadena de cines con los conceptos nuevos de multicinemas (salas pequeñas) y para su gran fortuna encontraron a un grupo de inversionistas judíos que les dieron toda la lana del mundo para arrancar y se fueron a lo grande y a pegado de manera impresionante. Entonces cuando empezaron las salas de Cinemex y de Cinemark fue cuando los Ramírez empezaron a decir “no nos podemos quedar a tras” y luego, luego se movieron y empezaron con los Cinépolis. Yo no te podría decir que a nivel nacional Cinépolis es monopolio. Yo creo que no han querido meterse con Cinépolis en Morelia, no sé si por respeto. A lo mejor hay un acuerdo de no entrar a Morelia, además no estoy muy segura si otro conjunto de salas fuera productivo aquí en Morelia. Aunque hay zonas donde si está muy abandonado toda la parte norte por donde está el Tecnológico de Morelia, esa zona tiene mucha gente, y a lo mejor un conjunto por ahí pegaría. Yo creo que si nosotros los Jury hubiéramos tenido el respaldo y el dinero para hacer lo que hizo Ramírez a lo mejor si hubiera tenido una competencia, porque nosotros teníamos mucho interés en hacer en el Cine Colonial, no solamente un conjunto de cines, la idea era hacer un centro comercial, pero no se pudo. Yo no te podría decir que el ingeniero Ramírez no nos lo permitió hacer, nunca, es más, llevamos una magnífica amistad con ellos. Fue porque no se pudo; hubo dificultades muy grandes, pasamos por momentos muy difíciles, pero así es la historia del Cine en Morelia.”

6. ¿Cómo se distribuyen las películas, porque tanta influencia de las distribuidoras americanas?

R: “Las compañías de películas tienen distribuidoras aquí en México, como filiales vamos a decirles así. Hay una oficina de la Twentyth Century Fox, hay una oficina de Columbia Pictures, hay una oficina de United Artist luego está otra compañía que depende de Televisa: Videocine, entonces ellos lo que hacen es que son distribuidoras de las compañías americanas, ellos reciben las películas de Estados Unidos hacen copias (por ejemplo hacen 500 copias) y esas las distribuyen en los Cinemex y Cinépolis para los estrenos y después del estreno, o sea, pasan dos o tres



semanas, a las compañías de películas se les regresan esas copias, ya que las copias no se quedan en las salas de exhibición, y las compañías las mandan a otras salas a lo que se le llama el reprice. Los independientes no pueden tener la película al mismo tiempo que las salas de estreno. Cuando es estreno te cobran el 50% de las entradas brutas y cuando es reprime es el 40% o 38% dependiendo de la película, entonces esa fue otra de las causas por las que se vinieron abajo los cines aquí en Morelia. Porque teníamos que pagarle el 40% a la película, luego los sueldos y prestaciones se llevaba otro 40% de las entradas y quedaba un 20% para gastos fijos: luz, agua, teléfono en fin, muchas veces te quedabas cero. Ya en los últimos años el Colonial no sacaba para sus propios gastos, entonces sacábamos dinero del Rex para pagar los gastos del Colonial. Una vez que se vendió el Colonial, el Rex llegó a tener el mismo problema y ya tampoco generaba dinero, había que meter dinero para pagar nóminas, aguinaldos, ya no era negocio. Esa es la manera como se distribuyen las películas, dependiendo del número de salas en las que se va a distribuir la película es el número de copias que se hacen, las mandas para los estrenos con todo el material de propaganda y ahora están muy apoyados por la propaganda que se hace en televisión. “

7. ¿Existiendo la misma situación económica en México, por qué Cinépolis sí sobrevivió siendo parte del Cine independiente de esa época?

R: “Yo creo que el factor ahí fue el crecimiento tan rápido y muy potente de Organización Ramírez. El momento histórico que estaba pasando en México fue muy decisivo para los exhibidores independientes, hubo gente que sí sobrevivió. Una gente de apellido Rodríguez en el norte que tiene una cadena de cines que sobrevivió, en el sureste otra cadena. Nosotros tuvimos la desgracia de ser parte de la Cadena de Luis R. Montes porque yo sí le hecho la culpa a él de que la cadena se haya desbaratado, porque si hubiera sido una gente inteligente hubiera podido crecer a la par que Ramírez. Hubo un momento en los setentas en que Circuito Montes era más fuerte que Ramírez. El señor Montes en esa época era un joven alocado que destruyó todo lo que le había dejado su padre. El grupo Ramírez y Cinemex supieron aprovechar la coyuntura histórica de México, en lugar de dejarse consiguieron inversionistas y se



levantaron. Tuve un maestro en la universidad que decía que en los momentos de crisis hay que invertir, supieron aprovechar eso.”

8. ¿Cree que exista la posibilidad de abrir otra alternativa de cine comercial en Morelia, si alguien tuviese el capital necesario?

R: “Yo pienso que sí porque a pesar de que este Cinépolis, si tu llegas con las distribuidoras y les dices que vas a abrir un conjunto de salas en tal lado ellos te ponen unas ciertas condiciones para darte las películas de estreno, que el cine esté al 100% de tecnología actual: Todo lo que es el sonido Dolby, las pantallas, la presentación de las salas, si hay alguien está dispuesto en invertir 10, 20 millones igual hasta más en construir 3, 4 salitas con lo que te piden las distribuidoras, yo creo que sí lo podría hacer. Una de las grandes limitaciones viene precisamente de las distribuidoras porque precisamente tienen que ser cines ultra modernos.”

9. ¿Qué pasó con el Cine Rex?

R: “El cine Rex como tenía películas pornográficas estaba ya muy deteriorado, también nos ofrecieron comprarlo y lo vendimos, porque mis papás ya habían muerto y ya no había un interés por seguir con el negocio del cine, además los gastos ya eran demasiado altos, no se pagaba, ya no era negocio. Decidimos venderlo con todo el dolor del corazón. Como fue una herencia y éramos muchos hijos ya era muy difícil para ponernos de acuerdo.” (Entrevista con Myriam Jury, 2006)

Este capítulo recopila la historia del nacimiento, crecimiento y decadencia de las salas de proyección de cine aquí en Morelia, es de vital importancia que conozcamos como se fue dando este proceso evolutivo del cine, ya que es la base para conocer como se fue desarrollando a la par una Cultura del Cine en la ciudad como actividad repetida y compartida por los morelianos. Por último quisimos terminar con una entrevista que nos fue muy ilustrativa y aclaratoria en muchos aspectos sobre el desarrollo y decadencia del cine en Morelia, y aun más importante para esta tesis, la imagen que otra exhibidora



moreliana tuvo del desarrollo de Cinépolis. De igual forma nos deja ver a grandes rasgos como el Monopolio de la Cinépolis se fue desarrollando, se puede establecer intuitivamente por que este sí sobrevive a las grandes crisis del país. Aún falta ver de que manera a penetrado en la Cultura Moreliana su oferta de películas. Podemos resumir que Organización Ramírez es la única empresa de exhibición de cine en Morelia que ha sobrevivido proyectando Cine Comercial y no sólo eso, ha crecido en todo el país, no sólo en Morelia; mientras que se han perdido las demás exhibidoras como el Cine Morelos, el Cine Rex, el Cine Colonial, el Cine Lázaro Cárdenas, el Cine del Río, el Cine Victoria y tantos otros. Pero no todo es tan negativo y en el siguiente capítulo lo analizaremos a profundidad.



CAPÍTULO 3

EL MONOPOLIO DE CINÉPOLIS EN MORELIA

Ya pudimos ver en el primer capítulo el enfoque conceptual y teórico del que partimos para esta investigación, en el segundo capítulo presentamos la historia del cine en Morelia desde sus inicios hasta lo que hoy en día existe. Pero es de vital importancia también adentrarnos a lo que para nosotros es punto clave de esta investigación: El monopolio de Cinépolis. Buscamos desenmarañar con mayor extensión y profundidad su historia, así como su desarrollo, consolidación y cimentación. Al mismo tiempo analizaremos como dicha monopolización de las salas de cine comercial en Morelia puede haber repercutido en la ideología, y cultura local.

Para este capítulo utilizaremos varios documentos que hablan sobre las ofertas monopólicas que pretenden controlar las ideas. Para dar mayor objetividad a la investigación presentaremos la descripción propia que la Organización Ramírez que plantea claramente en su manual de inducción para futuros trabajadores. Desde su historia, logros, cultura organizacional y estrategias de acción. Agregaremos también algunos escritos de varias publicaciones mexicanas que hablan sobre algunas situaciones que la empresa ha presenciado, o que tienen relación con el Imperialismo Cultural y la limitación que las distribuidoras a través de Cinépolis han generado en la proyección de películas extranjeras, predominantemente americanas, en México.

3. 1 CONSOLIDACIÓN DEL MONOPOLIO

Para empezar a hablar sobre la empresa de Cinépolis dejaremos que ellos mismos se presenten y se definan, como lo hace Cecilia García en su Manual de Inducción para empleados Cinépolis:

“Somos la compañía de exhibición cinematográfica número uno de América Latina y la octava a nivel mundial. Desde la apertura de su primera sala en 1947 en la ciudad de Morelia, hemos tenido un continuo crecimiento a lo largo de los años,



logrando abarcar y tener presencia en sitios estratégicos de las ciudades más importantes de nuestro país y Centroamérica. Operando actualmente más de 1300 pantallas en México y el Extranjero” (García, 2005: 3)

Para fines prácticos decidimos, en base a su definición como compañía de exhibición cinematográfica, explicar y presentar lo que es la etapa de exhibición dentro del proceso cinematográfico. Para esto nos apoyaremos del trabajo de Fernández Mendoza en donde define: “La exhibición cinematográfica es la última parte del proceso productivo. Es el último engranaje que conforma la industria cinematográfica y es aquí donde se consume el producto.” Además define y describe el producto de dicho proceso diciendo: “La película es un artículo de consumo equivalente a lo que en las demás ramas económicas es el comercio al por menor. El producto, es decir, la obra cinematográfica o película al ser proyectada en la pantalla de un cine cubre de forma sui generis la etapa de consumo del bien producido.” Fernández continúa presentando algunos elementos que definen más a profundidad el proceso de la exhibición:

“La exhibición:

1. Es el momento en que se recaudan la mayor parte de los ingresos,
2. La mayor inversión de capitales,
3. El mayor volumen de ocupación de personal,
4. La mayor cantidad de impuesto y,
5. El consumo de bienes manufacturados a gran escala. Además,
6. Propicia la existencia de otras industrias: dulcerías, alimentos, refrescos, tapicería, muebles, proyectores, etc.” (Fernández, 1995:54)

Se podría pensar que la mayor parte de la inversión se hace quizás en la producción, pero Fernández hace el cálculo total de tal forma que la exhibición no la contempla en función de una sala, sino de todas las compañías que exhiben la película quizás a nivel mundial, esto dependerá mucho de la película, de igual forma el volumen de ocupación de personal. El último número en la lista ha tomado mucha importancia en el negocio de la exhibición en los últimos tiempos, ya que, es a través de estas otras



industrias como las exhibidoras se hacen de sus grandes capitales. “Todavía el público supone que los cines son salas de proyección donde hay dulcerías. En realidad, los cines son dulcerías a las que se les han añadido salas de proyección de anuncios y de una que otra película” (Gómezjara, 1995:43).

Antes de pasar a la historia específica de Cinépolis, es importante hablar un poco sobre lo que pasaba con las exhibidoras en México. Debido a que la mayoría se concentran en el Distrito Federal recurrimos al análisis que hace Fernández al respecto: “La exhibición de películas en el Distrito Federal es una actividad ejercida por el sector público a través de COTSA, por el sector privado, que hasta 1982 estaba conformado por Organización Ramírez: Circuito Montes; Cineclubes de Arte, A.C; Exhibidora de México, S.A; -STIC- y Producciones Carlos Amador.”

Ahora bien, observemos como describe su evolución la propia Organización Ramírez en cuanto a empresa de exhibición de cine y el concepto Cinépolis:

“En el año de 1956 el Lic. Enrique Ramírez Miguel escoge la ciudad de Morelia Michoacán para dar inicio a una gran empresa en el ramo de la exhibición cinematográfica, inaugurando el espectacular “CINE MORELIA” el 28 de septiembre del mismo año.” (García, 2005:3-6). La señora Myriam Jury corrobora este hecho en la entrevista que le hacemos diciendo: “El Licenciado Ramírez construyó el cine Morelia mucho después que la familia Jury. Yo creo que fue en los cincuentas cuando se construyó el cine Colonial, por ahí, son más o menos de la misma época el cine Morelia, que ahora es Cinépolis Centro, y el cine Colonial. El licenciado Ramírez en esa época nada más tenía ese cine “el cine Morelia”. ¿Podemos concluir que efectivamente fue esa fecha en la que fue abierto el primer cine de Organización Ramírez? No porque en la página de Internet Talento Cinépolis (<http://www.cinepolis.com.mx/talentoCinepolis/>) nos encontramos con otra fecha. Plantean en la página web que el licenciado Enrique Ramírez Miguel inaugura el cine Morelos en 1947, como lo establecía Ruíz Ojeda en su tesis, y este hecho marca el inicio real de Organización Ramírez.



García continua narrando la historia de su compañía, Cinépolis, y nos dice que tiempo después de la inauguración del cine Morelia el Lic. Ramírez Miguel en sociedad con Don Gabriel Alarcón Chagoy, otro empresario importante establecen “Cinematográfica Cadena de Oro, S.A.” e inician construyendo los conjuntos *Cinema Salamanca 70* y *Acambaro 70*. El instituto de Cinematografía y Radio, bajo la dirección del Lic. Luis Echeverría, solicita en 1971 rentar los cines para la Cadena Operadora de Teatros, S.A. Don Gabriel Alarcón Chagoy aprovecha para proponerle al Lic. Ramírez le venda su 50% de la empresa para poder rentarlo a Operadora de Teatros de manera independiente. Se acepta la propuesta ambas partes firman el convenio.

Gracias a esta separación el inicio de una nueva empresa para el Lic. Ramírez se hace posible: “Se inicia un proyecto de ideas innovadoras en la industria cinematográfica; con el Lic. Ramírez Miguel a la cabeza del Consejo de Administración, se cristaliza un ambicioso concepto dentro del circuito de salas cinematográficas, nace “Organización Ramírez Cinemas” con la inauguración en la ciudad de México del “Cinema la Raza 70” el 12 de octubre de 1971, desde entonces “Organización Ramírez Cinemas” mantiene un desarrollo y crecimiento constante con la participación activa de los hijos del Lic. Ramírez Miguel.” (García, 2005:3-6).

La década de los setentas representaría para “Organización Ramírez Cinemas” un tiempo de innovación e implementación de estrategia de ventas. En 1972 introduciría al mercado mexicano las salas dúplex como concepto distintivo en la ciudad de Tampico bajo la marca de “*Cinemas gemelos*”, dos años más tarde sería inaugurado el primer Multicinas de 5 salas. Estos nuevos conceptos se expandirían por todo México en los siguientes 15 años.

Una nueva etapa para Organización Ramírez se gestaría en 1994 como comenta García: “se abre al público el primer multiplex de 10 salas en México, en la ciudad de Tijuana bajo la marca comercial de “Cinépolis”. Esto señala el inicio de una nueva etapa para nuestra compañía que desde ese momento concentra todos sus recursos en la



construcción de multiplex y megaplex, como Cinépolis Galerías Guadalajara que con 22 pantallas es el conjunto más grande de América Latina.” (García, 2005:3-6).

Pero Cinépolis no para ahí continúa innovando en conceptos diferentes para acercarse a públicos distintos y mejora las condiciones de sus salas:

- En 1996 introduce por primera vez en nuestro país el concepto de salas tipo estadio.
- En 1997 ofrecen al público la posibilidad de comprar o reservar boletos para el cine con cargo a su tarjeta de crédito o débito a través de cineticket, también se abre el sitio oficial en Internet de Cinépolis (www.cinepolis.com.mx).
- En 1999 se lanza al mercado en Cinépolis Interlomas el Concepto Cinépolis VIP (Very Important People) con innovadoras ideas como sillones tipo reposit de piel, reclinables, mesa de servicio, servicio de Restaurante en su butaca, así como servicio de Bar y Sushi, para la comodidad de sus clientes.
- En ese mismo año, se introducen al mercado mexicano dos mega pantallas de 22 mts. de largo en “Cinépolis Centro Magno de Guadalajara”.
- Para el 2002 Cinépolis propone un espacio para el cine de arte denominado “Cinépolis otro enfoque” en donde durante las 52 semanas del año se presentan en una sala se presentan propuestas con temáticas distintas al cine comercial. Además es aquí el espacio propicio para exhibir las diferentes muestras como: Ambulante (gira de documentales), el Giro de Cine Italiano, el Tour de Cine Francés y las muestra internacionales de la Cineteca Nacional. También en 2002 El cine Morelia se convierte en el principal foro de expresión para los nuevos realizadores de cortometrajes y documentales a través del Festival Internacional de Cine en Morelia (FICM) que, en colaboración con el Gobierno del Estado de Michoacán, se realiza cada año.



- Cinépolis tras una alianza estratégica con la Corporación IMAX comenzará a operar su primera sala Cinépolis IMAX Theatre en noviembre de 2004, en la ciudad de México, con un promedio de venta del 80% de sus localidades durante las primeras doce semanas de funcionamiento. Gracias a la aceptación de la gente inaugura otras 5 salas IMAX en la República Mexicana. García comparte con nosotros las ventajas competitivas que les brinda la tecnología IMAX: “Todas las salas Cinépolis IMAX Theatre pueden exhibir películas Hollywoodenses remasterizadas digitalmente al formato IMAX, gracias a la tecnología IMAX DMR, lo mismo en el formato original 2D como en IMAX 3D. La tecnología IMAX ofrece la garantía de proyectar imágenes de gran tamaño con una claridad y una nitidez nunca antes vista en las salas de nuestro país. La pantalla de una sala IMAX es algo fuera de serie: sus medidas rebasan el ancho de una pantalla de cine tradicional con una ligera curvatura que cubre toda la visión periférica del espectador creando la sensación de ser partícipe de la película. En los próximos años esperamos la consolidación de esta nueva tecnología en el gusto de nuestras audiencias, al poder entregar imágenes cristalinas y sonidos envolventes en las pantallas más grandes de México” (García, 2005:3-6).
- En junio de 2006, Cinépolis abre al público Cinema Park: El primer proyecto de cine educativo y de entretenimiento de nuestro continente. Cinema Park son seis diferentes salas que utilizan tecnología de vanguardia como: Butacas con movimiento, efectos de aire y agua, controles remotos interactivos para concursar, proyecciones en 3D y efectos de luz y sonido. Son seis películas que hablan de un tema central manteniendo siempre un sentido educativo y entretenido: (Sala del movimiento, sala interactiva, sala de la imaginación, sala de música, sala 3D y la sala inspiracional).
- En 2008 Cinépolis ha lanzado un nuevo concepto de negocio, inician con una prueba piloto de cines de bajo costo que operarán bajo la marca Xtreme Cinemas.



- Por último, también 2008, Organización Ramírez presenta un nuevo concepto: la “Membrecía Cinépolis” que junto con la tarjeta Club Cinépolis plantea una innovadora forma de ofertar experiencia de ver cine. A través de esta membrecía se podrá entrar a ver las películas que se deseen al mes pagando una cantidad determinada. Hay 4 tipos de membrecías: la VIP a un costo de \$250 al mes, la PREMIUM a un costo de \$125 mensuales, la STANDARD con un valor de \$100 cada mes y la JUNIOR que tendrá un valor de \$75 por mes. Cada membrecía se diferencia por el derecho de entrar a diferentes salas, entre mayor sea el monto tendrás acceso a más salas Cinépolis.

Como podemos observar la narración de su historia es muy positiva y está encaminada a resaltar logros y ventajas frente a su competencia más fuerte que es Cinemex, sin embargo queremos resaltar como gracias a la implementación de diferentes estrategias Cinépolis se ha ido posicionando en el gusto de la gente y expandiendo su oferta.

3.2. EL PRODUCTO AMERICANO CINÉPOLIS

Es pertinente también dar otra visión histórica del desarrollo de Organización Ramírez, para lo que nos apoyamos del trabajo de Fernández Mendoza, en donde describe a Organización Ramírez como una de las cadenas de exhibición más fuertes de México. Hace referencia de su nacimiento, en corroboración de la información de la empresa, con el Cinema La Raza en los setentas y el Cine Tlaloc. Menciona que a finales del sexenio de López Portillo, ya contaba con 114 cines en toda la República, ya que se extendió rápidamente en todo el país. Sin embargo establece que todos estos cines se han distinguido por la exhibición de películas estrictamente comerciales con una notable relación y preferencia por las distribuidoras norteamericanas como: Twenty Century Fox, Columbia Pictures y Vistas Películas, y por otras distribuidoras nacionales como son: Telefilms, Liderfilms, Producciones Zafiro, Producciones Alatraste, Producciones Amador, etc.



Fernández nos presenta la forma en que se programan las películas. “La programación se hace de distintas maneras. Una cinta de estreno se programa en un conjunto de cines, no todos de la misma cadena, en donde se espera un mayor éxito económico. Si es uno de los cines del circuito una película no llega al “tope”, entonces se programa otra que puede ser estreno, pero menos importante como las programadas en los Circuitos. Esta se denomina *tapón*, y permanece programada hasta que la cinta anterior salga de los cines *cabeza*. (...) Tales circuitos que permiten un mejor control de las salas y películas han sido establecidos en su mayoría por las poderosas distribuidoras norteamericanas, quienes deciden cuales son los cines en los que sus películas deberán ser proyectadas. (...) Los contratos de las distribuidoras se efectúan de acuerdo al “tope”, que se establece en base a la capacidad de la sala. (...) Las películas mexicanas, según Organización Ramírez, no tiene cabida dentro de su circuito. Ya que esta cadena exhibidora ha logrado atraer a un público, mayoritariamente de clase media alta, acostumbrado al cine norteamericano. (...) En 1988, la Cadena Organización Ramírez se encontraba únicamente exhibiendo material extranjero” (Fernández, 1995:70).

3.3 IMPERIALISMO CULTURAL

Un grave problema que se ha presentado en la exhibición mexicana ha sido la barrera que se le ha puesto al cine nacional en las exhibidoras en correlación a la baja producción nacional como Fernández señala: “Durante el sexenio de López Portillo los circuitos comerciales presentaron una característica común, la negligencia para proyectar películas mexicanas, el tiempo en pantalla concedido al cine nacional era prácticamente nulo. Con el pretexto de que la distribuidora Películas Nacionales no proporcionaba material local, sus salas estaban permanentemente ocupadas con películas extranjeras, en su mayoría norteamericano” (Fernández, 1995:69). Y ¿cómo no iba ser así? si el apoyo que se le había dado al cine mexicano por Echeverría fue eliminado por López Portillo, tal como lo explica José Antonio Gurrea C. secretario de redacción de la publicación semanal Etcétera: “a finales de la década de los 60 y comienzos de los 70, cuando una nueva generación de cineastas (Paul Leduc, Jorge



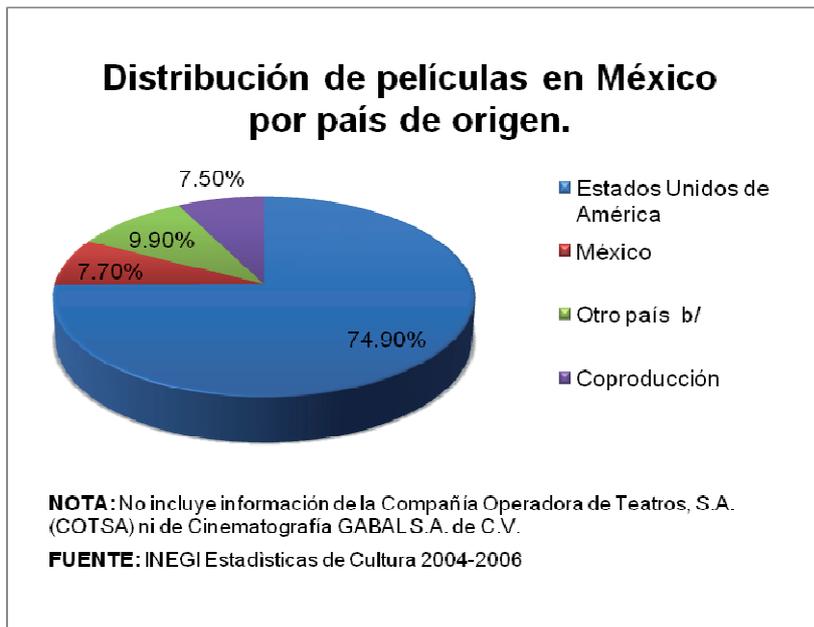
Fons, Gabriel Retes, Felipe Cazals, Arturo Ripstein, Jaime Humberto Hermosillo) irrumpen en escena y con el decidido apoyo estatal (Echeverría era, entonces, el primer mandatario) crean memorables obras como *El apando*, *Canoa*, *Nuevo mundo*, *Los pequeños privilegios*, *El castillo de la pureza* y *Naufragio*, sólo por citar unas cuantas. Lamentablemente, con la llegada de López Portillo a la Presidencia, la producción del Estado prácticamente queda reducida a cero. Sin apoyo gubernamental y con el nulo interés del sector privado en el cine de calidad, la mayoría de los cineastas pertenecientes a esa gran generación son condenados a la marginalidad, a la inactividad o, para sobrevivir, a proyectos netamente mercantilistas de ínfima calidad (todavía recordamos con pena a Cazals, allá a finales de los 70, dirigiendo *Rigo es amor*, un soberano bodrio)" (Gurrea, 2000).

Para darnos una idea de qué tanto espacio ocupan las grandes productoras y distribuidoras estadounidenses en tiempo de exhibición en las salas recurriremos a un artículo de Jesús Hernández publicado en la revista de circulación nacional *Cambio* donde dice: "Warner, Columbia, 20th Century Fox, Disney y Universal concentran el 85 por ciento de las 320 películas que se estrenan anualmente a través de 10 distribuidoras. Éstas se encuentran unificadas en the Motion Picture Association (MPA), organismo que defiende los intereses de la industria estadounidense" (Hernández, 2003:01).

En la revista del consumidor en su publicación "Cómo consumimos cine" Leonardo Huerta Mendoza presenta algunas cifras que ejemplifican más ampliamente este fenómeno imperialista y de Monopolio que hace Estados Unidos con respecto al cine nacional: "En 2003 se estrenaron en el país 272 películas, de las cuales 24 fueron mexicanas, 24 francesas, 14 españolas, 14 inglesas, 7 alemanas, 156 estadounidenses y algunas más de otros países. "(Huerta, 2004:02). Claramente podemos observar la baja cantidad de películas mexicanas o de otros países que se estrenaron en comparación a la presencia norteamericana.



“En relación con la exhibición de cine nacional y extranjero, se estima que en 2003 hubo 954,717 funciones, de las cuales 8.79% fueron de cine mexicano y 91.21% de cine extranjero”. (Huerta, 2004:02) Para el 2006 estas cifras se modificaron levemente, pero continua siendo muy baja la exhibición de películas mexicanas como podemos observar en la siguiente gráfica:



De las 98,912 películas exhibidas en México en el año 2006 las películas norteamericanas representaron casi el 75% y sólo un 7.7% de las películas exhibidas fue de procedencia mexicana. Este es un dato alarmante, ya que, no alcanzamos ni el mínimo planteado en la Ley

Federal de Cinematografía que estipula en el Capítulo IV *De la exhibición y comercialización* en el Artículo 19 que “Los exhibidores reservarán el diez por ciento del tiempo total de exhibición, para proyección de películas nacionales en sus respectivas salas cinematográficas”

Otro aspecto que Huerta retoma en su texto es la asistencia del público al cine para ver películas mexicanas “Con respecto al público que asistió a ver cine mexicano, en el año 2000 hubo poco más de 6 millones de espectadores que dejaron en taquilla alrededor de 167 millones de pesos” (Huerta, 2004:02). Haciendo un análisis progresivo Huerta nos comparte que en 2001 la afluencia disminuyó un 8.3% (5.5 millones) con una derrama de 158.5 millones de pesos, es decir 5% menos que en 2000, y en 2002



se incrementó un 10.3%¹ (6.068 millones) con una derrama económica de 182.5 millones de pesos incrementándose un 15.14%.

“De acuerdo con el crítico e investigador José Felipe Coria, entre 1990 y 1991 "se desplomó la producción en 75%". Roberto Jenkins, directivo de Cinemark de México, afirmó que "la asistencia a los cines podría incrementarse en 50%, si en la cartelera se ofrecieran más películas mexicanas". Pero la realidad es que de 1988 a 2002 se estrenaron en total cuatro mil 418 cintas, de las cuales dos mil 579 (58.37%) provenían de Estados Unidos y 631 de México (14.28%)” (Historia de película, 2003). “No es posible ver más cine nacional debido a que cada año se producen menos películas en México. En 1994 se produjeron 46 películas hechas por la iniciativa privada, productores independientes y en coproducción con el Estado Mexicano. En 1995 se filmaron apenas 14, 16 en 1996, 13 en 1997 y 10 en 1998. En los años siguientes las cifras fueron 22, 28, 21, 14 en 2002 y 25 en 2003.” Esto puede ser la razón de que el 51.8% de nuestros encuestados prefiera el cine estadounidense sobre el mexicano (32.2%) (Huerta, 2004:02).

Son muchos los factores que han influido en esta disminución del consumo de material fílmico nacional, pero la gota que derramó el vaso fue “la liberación del precio en taquilla y luego la devaluación de diciembre de 1994. La crisis del país no sólo afectó a la industria sino al espectador. Un boleto en 1988 costaba un peso con seis centavos y el salario mínimo era de ocho pesos diarios. Para el 2003 ya costaba 40 pesos cuando el salario mínimo es de 41.53.” (Historia de película, 2003).

Un punto importante que plantea Huerta en sus cifras es que revelan un segundo factor para la carente proyección de cine mexicano en las salas de exhibición nacionales: La producción de cine en México, que de nuevo retomaremos más adelante. Otro elemento más sobre la razón de esta falta de confianza en nuestro producto cinematográfico por parte de las exhibidoras lo expone Fernández diciendo:

¹ En relación a las cifras del 2001.



“La razón por la cual los exhibidores comerciales proyectaban exclusivamente material extranjero se encontraba en la taquilla. Ya que el público de clase media rechazaba la producción mexicana y acudía a ver películas extranjeras, sin mayores exigencias. De esta forma los circuitos privados garantizaban abundantes ganancias económicas sin importarles la calidad del producto que exhibían” (Fernández, 1995: 69).

Otro aspecto importante para nosotros es lo que pasa con la producción mexicana. “Al tener enlatadas las películas por un largo periodo, los productores no sólo no recuperan su inversión en un plazo razonable, sino que por la acumulación de intereses, el envejecimiento de sus películas, la mengua de la taquilla y la desleal competencia del cine de importación, se descapitalizan y tienen que frenar la producción de material nuevo y por ende el trabajo de los demás cinematografistas” (Fernández, 1995:69). Este argumento no ha sido del todo cierto puesto que el cine mexicano sigue carente de presencia en las salas de proyección cinematográficas aún cuando actualmente la ley Federal de Cinematografía obliga a las exhibidoras mostrar las películas mexicanas en un lapso no mayor de seis meses después de que la cinta sea registrada: “Toda película nacional se estrenará en salas por un periodo no inferior a una semana, dentro de los seis meses siguientes a la fecha en que sea inscrita en el Registro Público correspondiente, siempre que esté disponible en los términos que establezca el Reglamento” (Ley Federal de Cinematografía, 2006)

Podemos responsabilizar en una parte también a las productoras sobre su propagación cultural y de consumo capitalista. “Por algo la expansión imperialista había hecho mundial su propio mundo y, todo lo que allí se incubase, de una u otra forma nos alcanzaba. Así, casi de golpe, pasamos de absortos espectadores a consumidores no menos absortos. (...) No se trataba ya del intercambio y la polémica, enriquecedoras entre individuos en situaciones más o menos semejantes, sino de la proyección de ideas nacidas para satisfacer las necesidades de desarrollo de la cultura metropolitana, sobre nosotros” (Solanas y Getino, 1969:100).



Son bastantes los factores que han afectado la presencia del cine nacional en las salas de nuestro país, que no descartan ninguno de los niveles de esta industria: El problema de la escasa producción cinematográfica en México, la distribución predominantemente norteamericana y poca publicidad para la promoción de lo nacional; así como la dificultad de las exhibidoras para mantener en las salas dichas películas por falta de interés del público mexicano.

3.4 CONSECUENCIAS SOBRE LA SOCIEDAD

Ahora hay que analizar cuál es el poder que tiene actualmente Cinépolis y la magnitud de su capacidad transmisora de ideas y mensajes transculturales; entendiendo al proceso de transculturización como “aquel acto de difusión que implique cambios formales, semánticos y funcionales como resultado de la propia constitución y dinámica interna del nuevo entramado cultural en el cual se ha producido la difusión.” (MARTI, 2002). La inclinación de Cinépolis por las distribuidoras norteamericanas dominan la oferta comercial de cine en Morelia, por lo tanto dominan la emisión ideológica local por este medio.

Para esto presentamos información de la Revista del Consumidor que se enfocó a la forma en que consumimos cine los mexicanos y en ella se señala que: “Según la Canacine, hasta febrero de 2004 en México había registradas 2,648 salas de cine. A este número se deben agregar 160 salas que no pertenecen a Canacine pero que esta organización ha detectado en el país. Como sus dueños no informan de las bajas o de las nuevas salas, esta cifra se debe tomar como promedio. También hay que contar salas como las de los cines de la UNAM, el IPN o la Cineteca Nacional, que hasta 2003 sumaban 15 (9 en el D. F., 5 en Campeche y una en Sinaloa). (...) Sin embargo, como ocurre en otras actividades, gran parte de las salas de cine se concentra en ciertas regiones y en tres o cuatro cadenas. Por ejemplo, hasta febrero de 2004 cinco empresas manejaban 2,287 salas (87%) del total del país: Cinépolis tenía 1,034 (39.05%), Multimédios Cinemas manejaba 562 (21.22%), Cinemex era dueña de 347 (13.10%), Cinermark manejaba 258 (9.74%), y la cadena Lumière administraban sólo



86 (3.25%). Del total de salas dentro de la zona metropolitana de la Ciudad de México (825, equivalentes a 31.15% del total en el país), 722 pertenecen a estas empresas y el resto a empresas más pequeñas. (...) Según un sondeo realizado por Profeco en 40 complejos cinematográficos comerciales y no comerciales de las ciudades encuestadas, la mayoría de los cines proyectan sólo películas comerciales (70%), mientras que las de arte o autor tan sólo se proyectan en el 7.5% de las salas". (Revista del consumidor, 2002).

El desarrollo de Cinépolis no ha sido gratis, ha tenido que enfrentar una feroz batalla con sus competidores como se describe en la Revista Alto Nivel Titulada "Guerras de Cines; todos hacen estallar sus palomas":

"Confrontando en todo momento su fuerza con la de sus competidores, el ejército de Organización Ramírez, constituido por las marcas Cinépolis, Multicinemas y Cinemas Gemelos, es el que "parte el queso" en esta contienda, ya que tiene la mayor presencia en México con más de 600 salas cinematográficas instaladas en sus 130 conjuntos, detentando así entre el 40 y el 43 por ciento de este mercado. (...) Sin duda, el batallón más agresivo de este combatiente es Cinépolis, que ha experimentado un notable crecimiento, teniendo en la mira expandirse a toda costa a varios territorios estratégicos en la República Mexicana." (*Guerra de cine; todos hacen estallar sus palomas*, 2000:2). Como hemos observado en esta investigación la fuerza medular de Cinépolis ha sido la implementación de espacios y/o estrategias de venta distintos a los existentes en determinado momento histórico. Aquí en Morelia, así como en todo el país, la implementación de salas múltiples fue una estrategia que marco gran diferencia en la forma de exhibir cine, ya que le otorgó al cine-asistente la posibilidad de elegir ver una de varias opciones de películas.

Otra de las estrategias de Cinépolis ha sido la expansión de sus complejos a lo largo del país y la implementación de nuevas tecnologías de exhibición "Diciendo y haciendo, este combatiente recientemente inauguró salas en Tampico y Plaza Morelia, en donde por primera vez ha introducido, a nivel nacional, las Macropantallas y Omnipantallas Epic; esta última es una superficie gigante curva de 260 metros



cuadrados para obtener mayor luminosidad, en donde se proyectan películas en formato de 70 mm. (IMAX). (...) Otro ejemplo del poderío de este guerrero son las ofensivas que ha planeado, tales como la apertura de más salas para este año, entre las que se encuentran: Plaza Gato Bronco, en Tijuana; Pabellón Guadalajara, en dicha ciudad; Plaza Aragón, en el estado de México; Plaza Las Americas, en Mérida, así como en Mexicali y Chihuahua, en lo que se refiere al interior de la República; en tanto que en la ciudad de México planea abrir en breve cines en: Perisur, el Forum Azteca y Plaza Universidad.” (*Guerra de cine; todos hacen estallar sus palomas*, 2000:2).

Sin embargo sus estrategias no se limitan a un crecimiento de infraestructura sino que se amplían en el desarrollo creativo “Pero los generales de división de Cinépolis no se conforman simplemente con abrir nuevas instalaciones, sino también en ofrecer innovadores conceptos con los que han dado golpes contundentes a sus adversarios. Un ejemplo de ello es que ha incluido en su armamento un misil altamente peligroso: las salas llamadas VIP, las cuales están ubicadas en la ciudad de México, dentro del complejo cinematográfico Cinépolis Interlomas. (...) La gran efectividad que ha mostrado esta arma en los campos de batalla mencionados ha provocado que la comandancia general de Organización Ramírez haya decidido utilizar a aquélla en otros frentes de guerra, por lo que próximamente se incluirán en el Cinépolis Perisur, en el D.F., así como en las ciudades de Monterrey y Guadalajara.” (*Guerra de cine; todos hacen estallar sus palomas*, 2000:2).

Han sido estas pericias las que han dotado a la gente de un nuevo servicio o de una nueva alternativa de consumo atendiendo a sus necesidades y esto ha significado una ventaja competitiva importante de Cinépolis como lo muestra la revista Alto Nivel en uno de sus artículos “Pero no se piense que esta ofensiva viene sola, ya que el alto mando de la empresa ha decidido poner en marcha otro tipo de tácticas bélicas, como por ejemplo el Cineticket para reservación de lugares en las instalaciones de: Gran Plaza, en Guadalajara; en el Centro Comercial Interlomas, Pabellón Bosques, Cinépolis Miramontes, Cinépolis Diana, Cinépolis Plaza Satélite y Cinépolis Hollywood, en la ciudad de México. Y sin perder la iniciativa al ataque, el guerrero ofrece una verdadera innovación en esta rebatinga por la pantalla grande, como lo es la tarjeta Cinéfilo



Frecuente, en donde las entradas al cine se convierten en puntos intercambiables por palomitas, refrescos y hasta entradas gratis, teniendo la posibilidad de participar en rifas y premieres.” (*Guerra de cine; todos hacen estallar sus palomas*, 2000:2).

Como pudimos observar en la historia del cine en Morelia, es muy difícil competir y combatir contra semejante artillería pesada como es Cinépolis. Y esto nos preocupa porque nos da una idea clara de su poder y de su capital que sobrepasa la capacidad que pueden llegar a tener los cines más pequeños, y que “probablemente” no podrían con una competencia así, pongamos un ejemplo: en Zitácuaro Michoacán encontramos que Cinemas Leo es la única empresa exhibidora, si Organización Ramírez decidiera abrir un Cinépolis ahí captaría a la mayoría de los clientes de Cinemas Leo. No con esto queremos decir que Cinépolis fuera a ejercer mecanismo de coacción o una estrategia desleal para lograr esto, sino que es tan fuerte su oferta que es difícil tener un competidor real. No obstante existen como es el caso de Cinemex y Cinemark. De igual forma nos da una idea de la presencia que tiene Cinépolis en la mente de millones de mexicanos que como consumidores estamos expuestos a la influencia de los contenidos que presenta en sus carteleras (establecimiento de la agenda).

Debemos admitir que sus estrategias comerciales sobre servicios le han funcionado bien y siguen renovándose, y siguen proponiendo. “Cinépolis ofrece a sus espectadores las instalaciones más modernas, confortables y funcionales. Contamos con salas tipo estadio, cómodas butacas, rampas para discapacitados, amplios lobbys y sanitarios equipados. (...) Además de contar con los servicios básicos que ofrecen la mayor parte de las compañías exhibidoras, en Cinépolis hemos buscado estar constantemente innovando con productos y servicios que satisfagan las necesidades de todo tipo de clientes. Algunos de los servicios que destacan en muchos de nuestros conjuntos son: Cinecafé, Dulcípolis, Baguis, Cineticket, Video Juegos, entre otros” (García, 2005:7).

En este capítulo hemos abarcado la historia de Cinépolis desde varios puntos de vista, el de Organización Ramírez, en donde se presenta una imagen emprendedora, móvil que evoluciona el concepto de cine Comercial y que busca siempre estar a la



vanguardia. Abordamos también la limitada oferta de películas que presenta Cinépolis en sus proyecciones al inclinarse por los productos norteamericanos más que de cualquier otro país, no se diga mucho más que por el mexicano. Otro punto importante que hemos analizado en este capítulo es la forma en que Organización Ramírez ha conquistado sus mercados y las rivalidades que ha vencido. De igual forma las estrategias que ha utilizado para posicionarse como la empresa de exhibición de cine más importante en México y dominar en su campo fuertemente. También exponemos el peligro que tanto poder puede generar en una empresa que se inclina a las distribuidoras norteamericanas en su mayoría.



CAPÍTULO 4 EN LA OPINIÓN DE LOS MORELIANOS

Ya planteamos nuestras posturas con respecto al cine, a su importancia en la cultura moreliana y como cultura de los capitalinos michoacanos, además dimos un vistazo por el desarrollo de la historia de la exhibición cinematográfica en Morelia, que nos da elementos sugerentes de que sí existe una *cultura de cine* en esta ciudad, pero que esta cultura está dirigida y dominada por un poderoso Corporativo: Organización Ramírez y la estrategia Cinépolis. Pero ¿para nosotros qué significa la Cultura de Cine en Morelia concretamente? Es acudir a una sala de cine y ver una película como una actividad repetida y compartida por los morelianos desde hace ya casi un siglo.

Es importante ahora que observemos lo que la gente piensa sobre la cultura de la que hablábamos arriba y sobre la oferta que Cinépolis nos hace. Para tal efecto desarrollamos una encuesta para medir algunos aspectos de los asistentes a las salas de Cinépolis, así como para brindar mayores argumentos que reforzarán nuestra hipótesis o la desecharán.

A continuación presentamos nuestra metodología de la encuesta: Nuestro *universo* lo integraron jóvenes estudiantes de 18 a 35 años de Morelia o que radiquen ahí que acudan al cine(Cinépolis) a ver una película. Nuestro universo es indefinido numéricamente ya que no hay un dato preciso que nos diga cuánto mide, pero esta información nos puede dar una noción: para el 2005 Michoacán contaba con 190,836 estudiantes de nivel medio y superior que representa un 23.6% de la población estudiantil según el INEGI en su Censo de Población y Vivienda de ese año; en el 2003 se vendieron en total 2,463,598 localidades para ver cine en Michoacán; los habitantes del Estado en 2005 eran 3,966,073 de los cuales 684,145 eran de Morelia lo que representa el 17.25% de la población total de la entidad. Haciendo un ejercicio aventurado para darnos una idea de nuestro universo podríamos decir que los estudiantes de nivel superior en Morelia son 32,919 estudiantes en relación al porcentaje de población.



Nuestra muestra fue de 201 personas. Hicimos un muestreo no probabilístico con fines especiales. Se levantaron las entrevistas de la encuesta en Cinépolis Plaza Morelia, Cinépolis la Huerta y Cinépolis Morelia Centro en la semana del 20 al 24 de febrero de 2006. Se aplicaron las entrevistas de la encuesta de manera oral donde el encuestador tuvo que anotar las respuestas, en ocasiones se dejó a los encuestados que marcaran sus respuestas.

En este capítulo analizaremos los resultados de los datos que nos arrojó dicha encuesta, que abarca desde patrones de consumo, intereses sobre cine, funciones del mismo hasta su opinión concretamente sobre la Cultura de Cine en Morelia, y la oferta que hace Cinépolis predominantemente americana.

Para empezar con este análisis debemos considerar y desglosar los datos, no como un compendio de datos dispersos, sino como información que se interrelaciona entre sí. Para esto nos serviremos de algunas tablas que mostrarán las frecuencias y los porcentajes que corresponden a las respuestas de nuestros encuestados, así como una serie de gráficas que nos hagan visualmente más sencilla la interpretación y análisis de la información.

Estadísticas Descriptivas (Tabla 1)

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desviación Est.
Edad	199	12	53	23,58	6,985
Valid N	199				
Perdido	2				
Total	201				

La encuesta se aplicó a 201 personas en las instalaciones de Cinépolis que hay en Morelia, Michoacán: La Huerta, Morelia Centro y Plaza Morelia antes o después de acudir a ver una película en dichas instalaciones. Se puede ver la encuesta en la sección de anexos al final del trabajo.

Nuestra población meta era: jóvenes de 18 a 35 años que acudieran o hubieran acudido a alguna instalación de Cinépolis a ver una película. Al realizar la encuesta nos percatamos que esto cambió un poco, ya que, el más joven de los encuestados tenía 12

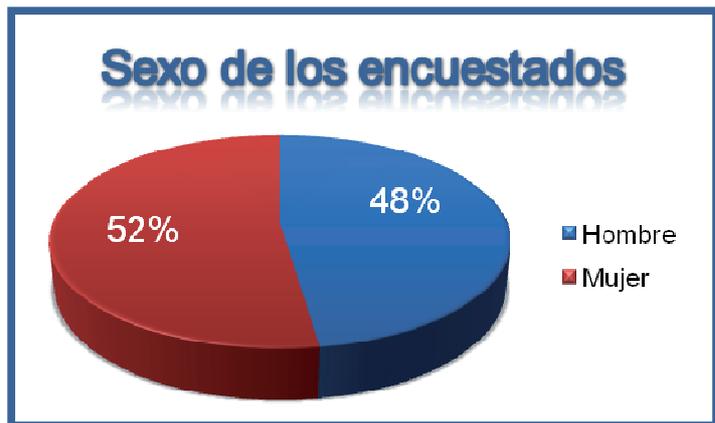


años y el mayor 53. Sin embargo, la edad promedio de la encuesta fue de 23 a 24 años (como se muestra en la tabla 1). Es importante señalar que no podíamos descartar la opinión de algunos encuestados que se veían interesados en el tema, en especial algunos adultos.

Sexo (Tabla 2)

		Frecuencia	%	% Válido	% Acumulativo
Válido	Hombre	96	47,8	47,8	47,8
	Mujer	105	52,2	52,2	100,0
	Total	201	100,0	100,0	

Se buscó que en la encuesta no existiera distinción de género, por lo tanto se aplicó de igual forma tanto a hombres como mujeres, cabe señalar que con mayor frecuencia se aplicó a parejas (eran las que más acudían) y esto de alguna manera inclinaba la respuesta de uno a la del otro. Por muy poco fueron más mujeres las encuestadas con un 52.2 % frente a los hombres con un 47.8 % (como se puede percibir en la Tabla 2 y su gráfica correspondiente).



Ya planteada la población a la que fue dirigida la encuesta, así como la estrategia de aplicación de la misma empezaremos desglosando cada una de las preguntas en el orden en que se presentaron a los encuestados.



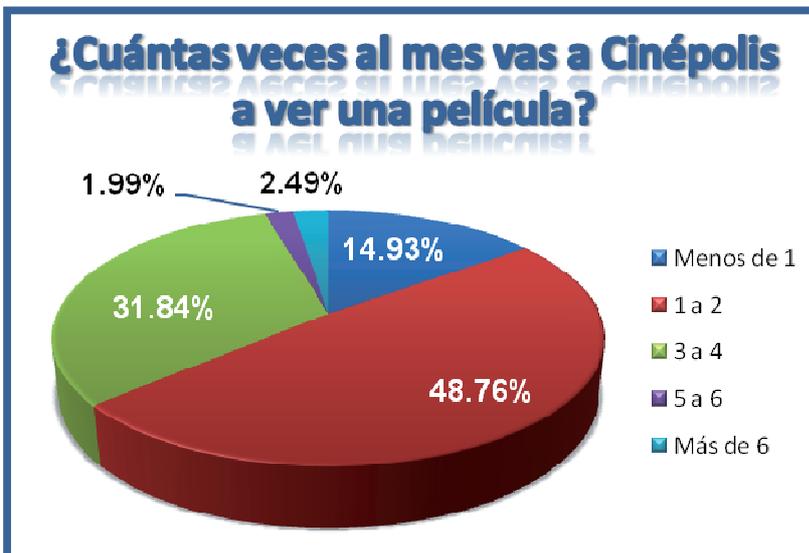
4.1 PRÁCTICAS CINEMATOGRÁFICAS

Pregunta 1: ¿Cuántas veces al mes vas a Cinépolis a ver una película? (Tabla 3)

		Frecuencia	%	% Válido	% Acumulativo
Válido	Menos de 1	30	14,9	14,9	14,9
	1-2	98	48,8	48,8	63,7
	3-4	64	31,8	31,8	95,5
	5-6	4	2,0	2,0	97,5
	Más de 6	5	2,5	2,5	100,0
	Total	201	100,0	100,0	

La **primera pregunta** nos ayudaría a dos cuestiones: Primero, poder identificar en nuestros encuestados la regularidad con que acuden al cine a ver una película. Además nos sirve para mostrar un parámetro de asistencia suficiente como para que se le considere “Cultura del cine” al ser una actividad humana repetida y compartida.

Empecemos resaltando que la mayoría de los encuestados van al cine 1 o 2 veces al mes a ver una película con 48.8%; en segunda posición tenemos a los que van de 3 a 4 veces al mes con 31.8 %, seguidos de los que van menos de 1 vez con un



14.9 % (ver tabla 3). Esto nos dice, que la mayoría de nuestros encuestados van con frecuencia regular y constante a Cinépolis, por lo tanto, tenemos una muestra representativa al menos en asistencia que van al cine comúnmente y es probable que el tema: cine les interese. También

podemos decir que aproximadamente el 80% de los encuestados van de 1 a 4 veces al mes a Cinépolis, lo que ya representa una frecuencia elevada, tomando en cuenta que es una actividad restringida al tener un costo, es decir, no todos pueden acceder a ella.



En lo que se refiere a la cuestión sobre Cultura podemos comprobar que el 85% de nuestros encuestados acuden regularmente al cine a ver una película y si regresamos a nuestra definición de “Cultura del Cine” en donde se entiende ésta como una actividad repetida y compartida de acudir a una sala de cine a ver una película, consideramos que efectivamente sí existe tal “Cultura del cine” en Morelia. Pero sin adelantarnos, más adelante lo compararemos con la opinión de la gente.

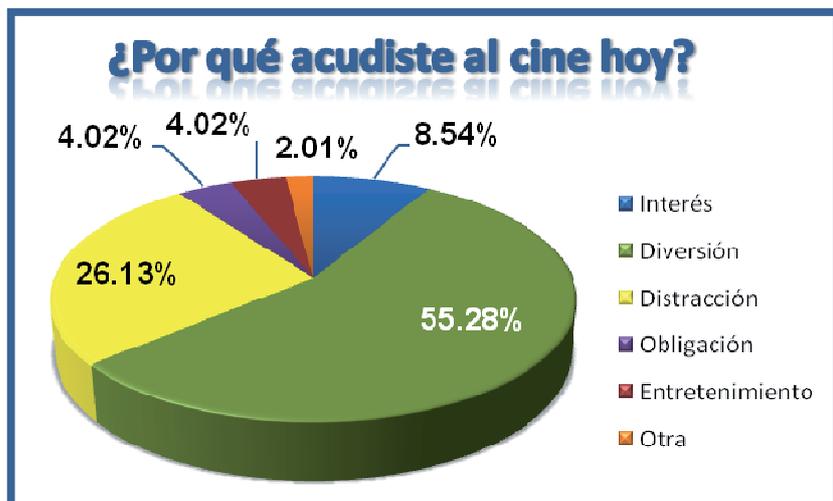
Pregunta 2: ¿Por qué acudiste al cine hoy? (Tabla 4)

		Frecuencia	%	% Válido	% Acumulativo
Válido	Interés	17	8,5	8,5	8,5
	Diversión	110	54,7	55,3	63,8
	Distracción	52	25,9	26,1	89,9
	Obligación	8	4,0	4,0	94,0
	Entretenimiento	8	4,0	4,0	98,0
	Otra	4	2,0	2,0	100,0
	Total	199	99,0	100,0	
Perdido	Sistema	2	1,0		
Total		201	100,0		

Nuestra **segunda pregunta** de la encuesta está enfocada en saber la razón por la cual acudieron ese día al cine y descubrir un poco el por qué la gente va al cine en general.

Indiscutiblemente la mayoría de la gente acude al cine para divertirse con un 55.3 %, en seguida lo hacen por distracción, y después con un porcentaje más bajo por interés con un 8.5 % (ver en Tabla 4).

Esto nos habla de la función que tiene el cine en esta Cultura que comparten los morelianos: una función liberadora del stress del estudio, del trabajo o de la misma





ciudad. Además cumple con la función, que como medio de comunicación audiovisual tiene muy arraigada, de divertir al espectador y hacerle pasar un rato agradable (en algunos casos). Esto también refleja una cuestión preocupante: tal diversión o distracción estará encaminada a una evasión, o a un desinterés, o empeño liberador de su realidad insatisfactoria, pero son afirmaciones que podríamos analizar en otra investigación. Sólo cabe lanzar la pregunta ¿El cine ha dejado de ser una ventana de la realidad para convertirse en refugio del stress?, ¿Será a caso que las películas que presenta Cinépolis sólo son utilizadas para alejarse un rato de la realidad? Sin vernos radicales podemos concluir simplemente que la gente, en el vaivén de la ciudad, necesita un descanso y acude al cine por eso. La sociedad de masas ofrece este tipo de medios de evasión intelectual para masificar a la persona.

Pregunta 3: ¿Qué tanto crees que sabes de cine en general? (Tabla 5)

		Frecuencia	%	% Válido	% Acumulativo
Válido	Nada	14	7,0	7,0	7,0
	Poco	96	47,8	47,8	54,7
	Medio	85	42,3	42,3	97,0
	Mucho	6	3,0	3,0	100,0
	Total	201	100,0	100,0	

Nuestra **tercera pregunta** está orientada a descubrir qué tan informados sobre cine creen estar los encuestados, esto nos proporcionará la conciencia que pueden tener sobre lo que están recibiendo en el cine al ver una película. También **nos muestra** el interés que tiene con el cine en general, no sólo con ver películas.



Podemos observar que la mayoría considera que sabe poco de cine en general con 47.8 %, en seguida que tienen un conocimiento medio del tema con 42.3%, después los que piensan que no tienen



conocimiento alguno con un 7 % y por último los que saben mucho con un 3 % (ver tabla 5).

Es claro que la gran mayoría de la gente supone que tiene de poco a medio conocimiento sobre cine en general. Todo se va entrelazando, es coherente que si la gente va al cine sólo por diversión o distracción, difícilmente se interese por conocer más allá de lo que ve.

La mayoría de la gente está reducida a participar, al momento de acudir al cine, como espectador solamente, por lo tanto al no tener la preparación necesaria se podría pensar que son propensos a una influencia cultural tanto temática como ideológica a través de este medio. Sin embargo hay que considerar al otro 43 % de la gente que piensa que su conocimiento es medio (vaya no son eruditos en el tema, pero más o menos lo dominan) ellos serán clave para nuestro análisis, ya que, si partimos del supuesto de que la gente por lo regular (y con esto no digo que no hay gente que lo haga) acude al cine acompañada, podríamos arriesgarnos a decir que se compensa la ignorancia de algunos con el conocimiento de los otros, ya que el que sabe informa, recomienda, incluso limita la actividad cineperceptual del que sabe poco, no con esto queremos decir que esto sea una generalidad. Y esto nos llevaría, ya incluso hablando de la Cultura del Cine, a empezar a visualizar algunos roles dentro de esta actividad. Aquellos que tienen un conocimiento medio del tema, que seguramente no se limitan a ver solamente las películas, sino que investigan y profundizan sobre aspectos técnicos (directores, actores, fotógrafos géneros y demás) aspectos críticos y de análisis, y que obviamente están interesados en lo relacionado al tema como podemos observar en la comparación de la Tabla 6.

**¿Qué tanto crees que sabes de cine en general? con
¿Te interesan los temas relacionados con el cine? (Tabla 6)**

		¿Te interesan los temas relacionados con el cine?			Total
		Si	No	Me es indiferente	
¿Qué tanto crees que sabes de cine?	Nada	6	4	4	14
	Poco	64	5	27	96
	Medio	71	1	13	85
	Mucho	5	1		6
Total		146	11	44	201



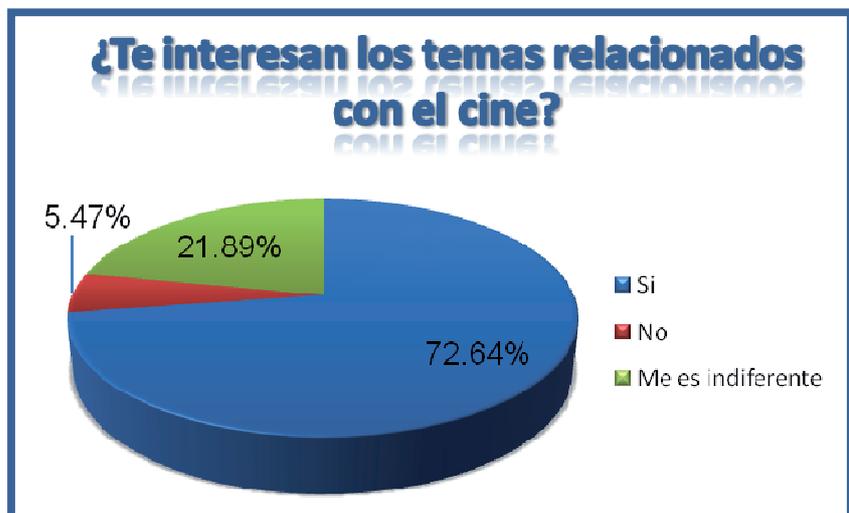
También están los que tienen poco conocimiento del tema que como podemos ver en dicha tabla están interesados en el cine, y esto ya cambia la perspectiva de ellos, que de actores pasivos pasan a ser más bien actores potenciales que se convertirán posiblemente, con el tiempo e influencia de los que tienen más conocimiento, en perceptores activos. Y todo nos habla precisamente de esta “Cultura del cine” que se ha ido desarrollando en la ciudad.

Pregunta 4: ¿Te interesan los temas relacionados con el cine? (Tabla 7)

		Frecuencia	%	% Válido	% Acumulativo
Válido	Si	146	72,6	72,6	72,6
	No	11	5,5	5,5	78,1
	Me es indiferente	44	21,9	21,9	100,0
	Total	201	100,0	100,0	

Precisamente la **cuarta pregunta** nos plantea esta cuestión de interés en la gente sobre los temas relacionados al cine, para ver el grado de penetración del mismo en la mente de las personas que va al cine.

La respuesta de los encuestados ante esta pregunta fue en su mayoría afirmativa con un 72.6%, en segundo sitio la indiferencia tomó terreno con un 21.9 % y sorpresivamente en último la negativa con un 5.5 % (como se muestra



en la Tabla 7). Aquí podemos analizar dos aspectos relevantes: primero, en comparación con la Tabla 3 de asistencia, que nos decía que el 85 % de los encuestados iba comúnmente al cine (de 1 a 4 veces al mes), hubo una disminución casi del 15 % en cuanto al interés en lo relacionado al cine, es decir, que ese 15 % sólo va a ver una película y ya, o quizás ni siquiera a eso, tal vez, va como acompañante simplemente, o por obligación (ver tabla 4). Ya tenemos ahora sí un público firme que



va al cine y le interesa lo relacionado al tema, este 72.6 %, cuya opinión es muy importante para nuestra investigación.

El segundo aspecto rescatable es el hecho sorpresivo para nosotros, de que hay más indiferencia sobre el tema que gente que no le interesa el cine. Eso puede ser alentador al no haber una negativa ante el medio, pero preocupante ante una postura de indiferencia de una actividad de la que ellos son parte, porque cabe señalar que este porcentaje de indiferentes incluye a algunos que asisten comúnmente al cine, parte del 85% que señalamos en la primer aspecto que analizamos en esta pregunta.

4.2 NACIMIENTO DEL GUSTO POR EL CINE

PREGUNTA 5: Si te interesa el cine ¿a qué crees que se deba? (Tabla 8)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0	2	1,0	1,1	1,1
	Familia	35	17,4	18,6	19,7
	Amistades	52	25,9	27,7	47,3
	A la oferta Cinépolis	20	10,0	10,6	58,0
	Arte	71	35,3	37,8	95,7
	Otra	8	4,0	4,3	100,0
	Total	188	93,5	100,0	
Missing	System	13	6,5		
Total		201	100,0		

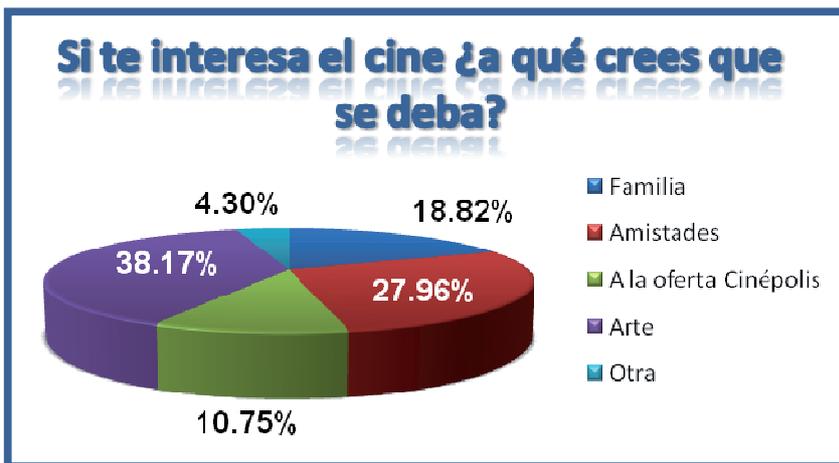
En la siguiente pregunta pretendemos descubrir la causa de dicho interés en los temas sobre cine, de dónde nace éste para así descubrir qué es lo que más ha influido para dicho aspecto de interés.

Los resultados se distribuyen, sin embargo en primer lugar la gente considera que la causa de su interés en el cine es el arte un 37.8%, en segundo sitio por amistades un 27.7 %, luego por la familia 18.6 %, después las personas que piensan que se debe a la Oferta de Cinépolis un 10.6 % y los que lo hacen por otras causas con un 4.3 % (ver tabla 8) Es importante señalar que al hacer la encuesta piloto no habíamos incluido la respuesta “**arte**” y se incluyó precisamente porque la gente, en la



opción de otra, hacía referencia a ella. Fue sorprendente darnos cuenta que la gente atañe su gusto al cine precisamente por ser una forma de expresión artística. En cambio, era un poco lógico que también se debiera a sus amistades, por eso de la compañía y la influencia.

Con estas respuestas podemos darnos cuenta de que muy poca gente considera que su gusto por lo relacionado con el cine se deba a la Oferta de Cinépolis, ya que para nosotros es el punto clave que creemos ha producido esta Cultura del Cine en Morelia. La absorción paulatina de las otras opciones de cine en la ciudad lo ha llevado a convertirse en un Monopolio que tiene prácticamente el control total del medio (más adelante veremos que aún así hay otras opciones) y que ejerce una clara influencia en el comportamiento y gusto de la gente. ¿Será cierto esto?



Claro no se debe solamente al control, sino a la propuesta única, al menos en la ciudad de Morelia, de salas cómodas, “variedad de películas” o al menos posibilidad de elegir entre varias películas, un

sonido envolvente, aislamiento del sonido externo, aire acondicionado, dulcería, cafetería, juegos, comida, promociones atractivas, premieres exclusivas, una difusión y publicidad continua, así como una imagen favorable para la gente. Todo esto ha convertido la experiencia de ver cine en algo único, y no porque de otra manera no pueda ser así, sin embargo todos sabemos que una película no se disfruta de igual manera en una televisión.

Poca gente, hoy en día, se imagina un cine como los que en ocasiones suele haber en algunos poblados de Michoacán como Puruándiro: un cuarto oscuro con una



televisión en la que ponen un DVD, sino preguntémosnos ¿Por qué las otras alternativas de proyección cinematográfica de la ciudad no tienen la misma asistencia que hay en Cinépolis? Porque no cuentan con todos estos elementos. Claro esto no necesariamente comprobaría que la Cultura de Cine se debiera a eso, pero si nos vamos a nuestra definición inicial de la misma como una actividad humana repetida y compartida, para tal caso necesitaríamos que en primera fueran al cine, y esto lo hacen en Cinépolis, y es por lo que les ofrecen ahí. Claro no podemos olvidar que el cine también cumple funciones sociales y de transmisión ideológica, sería interesante preguntar a aquellos que contestaron que su interés se debía al arte, ¿a cuántas y cuáles actividades artísticas asisten al mes? para ver si realmente se debe a su penetración en lo artístico. De verdad es algo complejo, ya que, efectivamente Morelia es una ciudad con muchas actividades artísticas, pero cuánta participación de estas actividades es repetida y compartida por los morelianos, en especial los jóvenes. Ojalá que alguien en futuras investigaciones pudiese contestar tales cuestiones, que no se limiten a un marco específico como el cine, sino que exploren la posible “Cultura del Arte” en la ciudad.

Pregunta 6: ¿Qué te interesa del Cine? (Tabla 9)

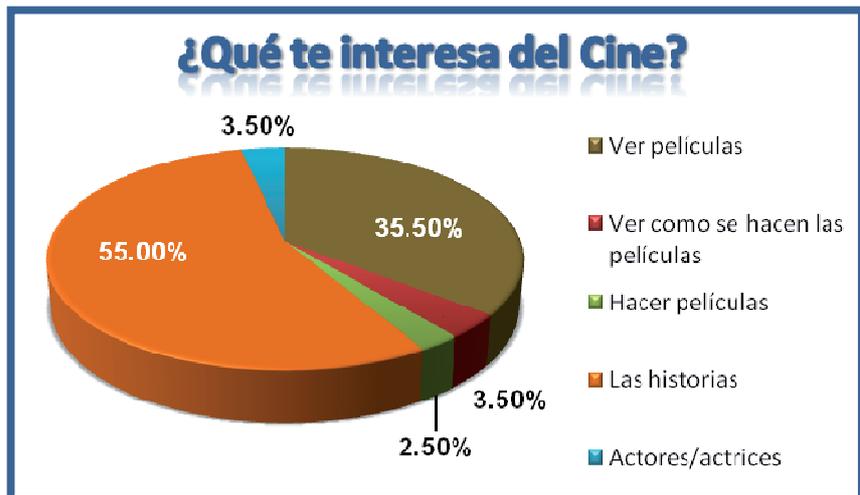
		Frecuencia	%	% Válido	% Acumulativo
Válido	Ver películas	71	35,3	35,5	35,5
	Ver como se hacen las películas	7	3,5	3,5	39,0
	Hacer películas	5	2,5	2,5	41,5
	Las historias	110	54,7	55,0	96,5
	Actores/actrices	7	3,5	3,5	100,0
	Total	200	99,5	100,0	
Pérdido	Sistema	1	,5		
Total		201	100,0		

Nuestra **sexta pregunta** pretende acercarnos a conocer qué parte del cine es la que más le interesa a la gente. En primer lugar tenemos que las historias con un 55 % es lo que más les interesa, seguido de ver películas con un 35.5 %. Con muy bajos porcentajes encontramos que les interesa aún 3.5 % ver cómo se hacen las películas y los actores y actrices y por último a un 2.5 % le interesa hacer películas, como se muestra en la tabla 9.



Aquí podemos hacer una distinción de cuál es la actitud que tiene nuestra población ante el cine, en su mayoría es una actitud receptiva solamente, por aproximadamente un 90 % de ella. Solamente les interesa una actividad contemplativa más que propositiva, y

esto nos habla del bajo interés en la producción cinematográfica que hay en la ciudad, todo se reduce a la proyección y recepción de películas. Este es otro punto más que prueba como la Oferta de Cinépolis ha mediado este interés



enfocándolo al consumo, ya que si fuera por el arte más que pasivo sería expresivo, y al menos en Morelia no se da tal expresividad en comparación con otras ciudades donde la producción cinematográfica es una forma de manifestación importante.

Pregunta 7: ¿Crees que exista una "Cultura del Cine" en Morelia? (Tabla 10)

		Frecuencia	%	% Válido	% Acumulativo
Válido	Sí	84	41,8	42,0	42,0
	No	78	38,8	39,0	81,0
	No sé	38	18,9	19,0	100,0
	Total	200	99,5	100,0	
Pérdido	Sistema	1	,5		
Total		201	100,0		

Seguimos con una pregunta base en nuestra investigación. Ya hemos planteado algunas razones que argumentan nuestra idea de que sí existe una cultura de cine en Morelia, pero ahora con esta pregunta vamos a ver qué es lo que opina la gente al respecto. Cabe señalar que al no quedar muy clara la idea de lo que significaba Cultura del Cine en la encuesta la definimos como una actividad humana repetida y compartida



por los morelianos y agregamos dicha definición para que fuera un poco más fácil de entender.

Podemos ver que el 42 % de los encuestados piensan que sí existe una “Cultura del Cine” en Morelia, desde nuestra definición, el 39 % nos dijo que para ellos no existía dicha cultura y el otro 19 % que no sabía (ver tabla 10). Llama la atención, en primer



instancia, qué tan divididas están las respuestas afirmativas y negativas, están sumamente cerca los porcentajes y esto imposibilita saber con precisión a través de la opinión si existe o no dicha Cultura del Cine. Pero podríamos preguntarnos quiénes contestaron que sí y quienes qué no, tal vez así podríamos saber el por qué de su

respuesta, por tal motivo haremos uso de una tabla cruzada en la que integramos esta pregunta con la pregunta orientada a saber qué tanto conocimiento tienen sobre el cine en general y es revelador lo que encontramos. En esta tabla podemos percibir que la mayoría de las personas que dijeron que sí existía una Cultura del Cine también consideran que tienen un conocimiento **medio** sobre el cine en general, lo que nos lleva a otorgar un poco más validez a su respuesta, ya que son personas más o menos preparadas en el tema (según su respuesta). En contraste, la mayoría de las personas que contestaron que no creen que exista una Cultura de Cine en Morelia consideran al mismo tiempo que tienen **poco** conocimiento en el tema, lo que demerita un poco su respuesta al posiblemente no tener los conocimientos necesarios para opinar (ver tabla cruzada 11).



**¿Qué tanto crees que sabes de cine en general? -
¿Crees que exista una "Cultura del Cine" en Morelia? (Tabla cruzada 11)**

		¿Crees que exista una "Cultura del Cine" en Morelia?			Total
		Si	No	No sé	
¿Qué tanto crees que sabes de cine en general?	Nada	5	6	3	14
	Poco	34	45	16	95
	Medio	43	26	16	85
	Mucho	2	1	3	6
Total		84	78	38	200

Por lo tanto, podemos concluir que sí hay un elemento medianamente válido en la opinión de los encuestados para decir que efectivamente existe una Cultura del Cine en Morelia, sin embargo no hay una conciencia de la misma. Son parte de ella, pero no lo saben y mucho menos se sienten pertenecientes en algunos casos.

4.3 EL MONOPOLIO DE CINÉPOLIS COMO LIMITANTE PERCEPTIVA

De igual forma es importante saber si están conscientes de lo que les está ofreciendo Cinépolis, por lo tanto la siguiente pregunta engloba dicha cuestión.

Pregunta 8: ¿Conoces la oferta de películas que da Cinépolis? (Tabla 12)

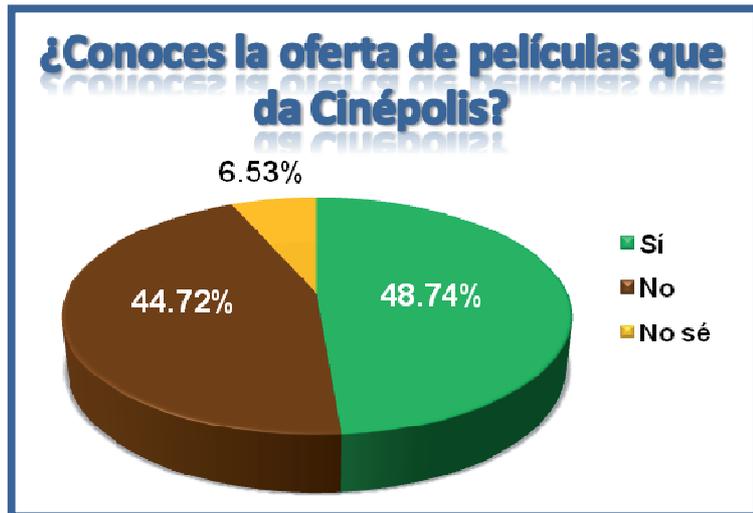
		Frecuencia	%	% Válido	% Acumulativo
Válido	Si	97	48,3	48,7	48,7
	No	89	44,3	44,7	93,5
	No sé	13	6,5	6,5	100,0
	Total	199	99,0	100,0	
Pérdido	Sistema	2	1,0		
Total		201	100,0		

Podemos observar casi el mismo caso que presentamos en la pregunta anterior: El 48.7 % afirma que sí conocen la oferta de películas que da Cinépolis, el 44.7 % que no la conocen y un 6.5 % que no sabe como se muestra en la tabla 12. De nueva cuenta la opinión se divide y encontramos casi a la mitad de la gente en el polo afirmativo y la otra mitad a la negativa. Aunque siguen siendo un poco más los que si la



conocen tendremos que diferenciar a quienes y por qué razón lo desconocen y qué mejor que con un cuadro comparativo.

En este cuadro integraremos nuestra pregunta sobre el conocimiento de la oferta Cinépolis con la pregunta



sobre su preparación (qué tanto saben) en el tema de cine, para ver qué tipo de personas no conocen la Oferta y cuáles sí. Claramente como en el caso anterior podemos reiterar que la mayoría de los que contestaron que sí conocen la oferta de películas que da Cinépolis consideran que su conocimiento sobre cine es **medio**. En cambio, la mayoría de las personas que no conocen la oferta de Cinépolis creen que saben **poco** de cine en general (ver tabla cruzada 13).

**¿Qué tanto crees que sabes de cine en general? -
¿Conoces la oferta de películas que da Cinépolis? (Tabla cruzada 13)**

		¿Conoces la oferta de películas que da Cinépolis?			Total
		Si	No	No sé	
¿Qué tanto crees que sabes de cine en general?	Nada	7	5	2	14
	Poco	37	52	5	94
	Medio	50	29	6	85
	Mucho	3	3		6
Total		97	89	13	199

Es muy similar esta situación a la de la pregunta anterior, con una importante diferencia: en lo referente a la pregunta sobre Cultura de Cine había un 20 % de personas que no sabían si había tal Cultura, en cambio en la cuestión del conocimiento sobre la oferta de Cinépolis sólo un 6.5 % de los encuestados no sabía y esto debido a que es mucho más fácil saber si tienes conocimiento de lo que te ofrece en cartelera



Cinépolis a saber si existe una Cultura del Cine en Morelia, que es algo un poco más abstracto y delimitado.

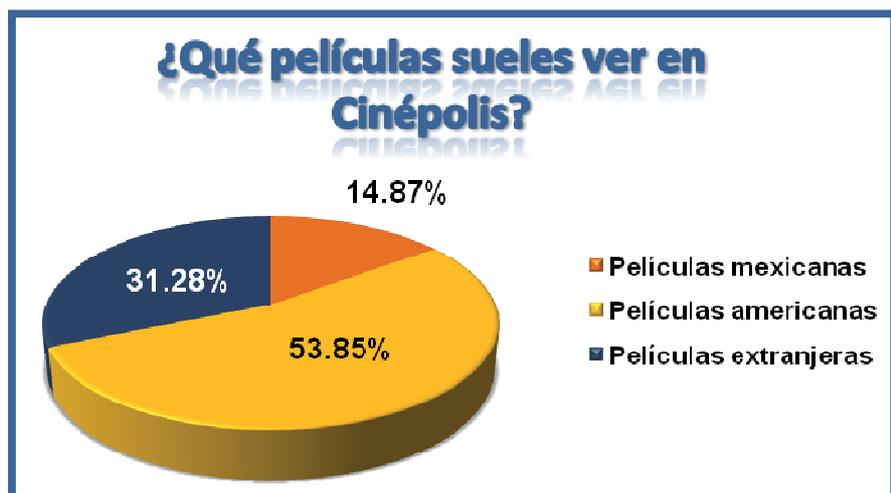
Ya adentrándonos en las preferencias y, un poco, tendencias de consumo sobre películas que la gente ve, planteamos la siguiente pregunta en la que queríamos saber qué era lo que más veían, si películas mexicanas, películas americanas o películas extranjeras (francesas, españolas, italianas, indias, japonesas, etc.).

Pregunta 9: ¿Qué películas sueles ver en Cinépolis? (Tabla 14)

		Frecuencia	%	% Válido	% Acumulativo
Válido	0	1	,5	,5	,5
	Películas mexicanas	29	14,4	14,8	15,3
	Películas americanas	105	52,2	53,6	68,9
	Películas extranjeras	61	30,3	31,1	100,0
	Total	196	97,5	100,0	
Pérdido	Sistema	5	2,5		
Total		201	100,0		

Para esta pregunta encontramos que el 54% de la gente suele ver más películas americanas, el 31% ve más películas extranjeras y el 15% ve más películas mexicanas como se plasma en la tabla 14.

Es importante aclarar que estos datos son sólo en lo referente a las películas que suelen ver en salas de Cinépolis. Era obvio que la mayoría de las películas que ve la gente fueran



americanas. En primera porque la mayoría de las películas que proyecta Cinépolis son norteamericanas, dando pocos espacios al cine extranjero. En cuanto al cine mexicano



es difícil que haya mucha asistencia, ya que, hay poca producción de cine en nuestro país en comparación a la producción hollywoodense o extranjera, además de que las distribuidoras en su mayoría son de nuestro vecino del norte. Sin embargo, hubo algunos encuestados que aseguraban que a pesar de que hubiera poca producción cinematográfica nacional era éste al que acudían más. Otros expresaron que cómo no iban a ver películas estadounidenses con mayor frecuencia, si eran las películas que más proyectaban.

Partiendo de esta pregunta quisiéramos hacer algunas distinciones que descubrimos interesantes, en cuanto a cuestiones de género, con la siguiente tabla cruzada (Tabla 15) en la que es curioso que más o menos la misma cantidad tanto de hombres como de mujeres ven películas americanas, pero de los que ven películas mexicanas la mayoría son hombres y de los que ven películas extranjeras las mujeres son las que acuden más.

Sexo / ¿Qué películas sueles ver en Cinépolis? (Tabla cruzada 15)

		¿Qué películas sueles ver en Cinépolis?				Total
		0	Películas mexicanas	Películas americanas	Películas extranjeras	
Sexo	Hombre	1	17	51	24	93
	Mujer		12	54	37	103
Total		1	29	105	61	196

Ya sabemos que la mayoría de nuestros encuestados ve películas americanas y son asistentes continuos, pero queríamos saber qué piensan acerca de las películas que ven como para definir más específicamente su percepción.

La mayoría en nuestra **décima pregunta** opina que las películas que proyecta Cinépolis son variadas con un 44.7 por ciento, seguido de los que creen que son interesantes con un 21.1%, los que piensan que son entretenidas con un 15.6 %, los que dicen que son muy comerciales con un 14.1 % y por último los que argumentan que las películas se limitan a las norteamericanas con un 4.5 %. (Ver tabla 16).



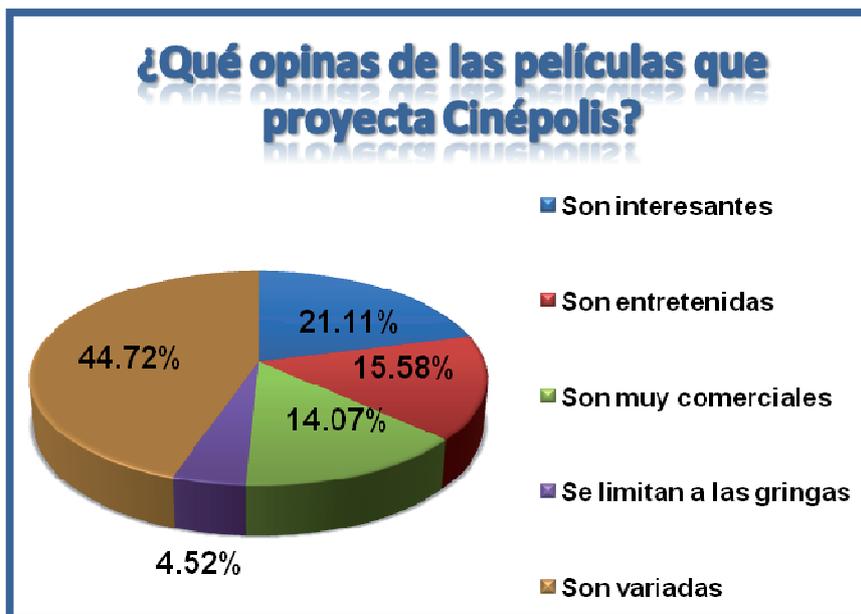
Esto ya nos habla de posturas de opinión un poco más equilibradas y menos radicales o extremistas de concebir la oferta de Cinépolis. Podemos concluir que dentro de la oferta de películas que Cinépolis les presenta ellos tienen una variedad de opciones de las que pueden elegir.

Pregunta 10: ¿Qué opinas de las películas que proyecta Cinépolis? (Tabla 16)

		Frecuencia	%	% Válido	% Acumulativo
Válido	Son interesantes	42	20,9	21,1	21,1
	Son entretenidas	31	15,4	15,6	36,7
	Son muy comerciales	28	13,9	14,1	50,8
	Se limitan a las gringas	9	4,5	4,5	55,3
	Son variadas	89	44,3	44,7	100,0
	Total	199	99,0	100,0	
Pérdido	Sistema	2	1,0		
Total		201	100,0		

Aunque esto ha sido también producto del esfuerzo de esta empresa para tratar de proporcionar un mejor servicio brindándole tours de cine extranjero, el Festival Internacional de Cine, así como la nueva estrategia “Otro Enfoque” en donde proponen películas alternativas para sus consumidores algunas de origen extranjero con

temáticas un poco diferentes. Sin embargo sobre este aspecto aún les falta mucha apertura a las propuestas de otros países y de las películas mexicanas.



No podemos perder de vista la alta cantidad de películas americanas que se proyectan en la sala de



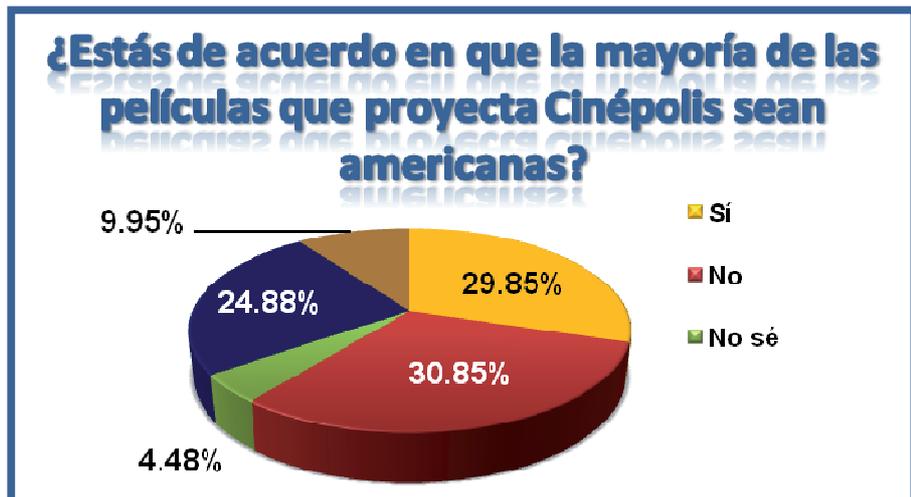
Cinépolis y que limitan en cierta medida la percepción de los asistentes. Así que les preguntamos qué tan de acuerdo estaban en que se proyectarán en su mayoría películas americanas. Los resultados fueron los siguientes: El 30.8 % no está de acuerdo en que así fuera, el 29.9 % en cambio sí está de acuerdo, después un 24.9 % dice que más o menos, un 10 % que le da igual y por último un 4.5 % que no sabe (ver tabla 17).

Pregunta 11: ¿Estás de acuerdo en que la mayoría de las películas que proyecta Cinépolis sean americanas? (Tabla 17)

		Frecuencia	%	% Válido	% Acumulativo
Válido	Si	60	29,9	29,9	29,9
	No	62	30,8	30,8	60,7
	No sé	9	4,5	4,5	65,2
	Más o menos	50	24,9	24,9	90,0
	Me da igual	20	10,0	10,0	100,0
	Total	201	100,0	100,0	

Aunque sea la mayoría la que haya opinado que no está de acuerdo, frente a la que opina que sí, hay muy poca diferencia. Sería interesante haber eliminado las demás opciones y cerrar la pregunta a una afirmación o negación para saber qué tanto podría variar su respuesta

y hacia dónde se inclinaría. Es necesario resaltar también que un porcentaje alto quedó indefinido en el más o menos y de nuevo la indiferencia juega un papel importante con los



que les da igual Es arriesgado concluir algo de esta pregunta, tan sólo podemos decir que hay una diversidad de opiniones en torno al pensamiento de la gente, que ya es un avance pues nosotros creíamos que estaría muy enfocada en la inconformidad de la



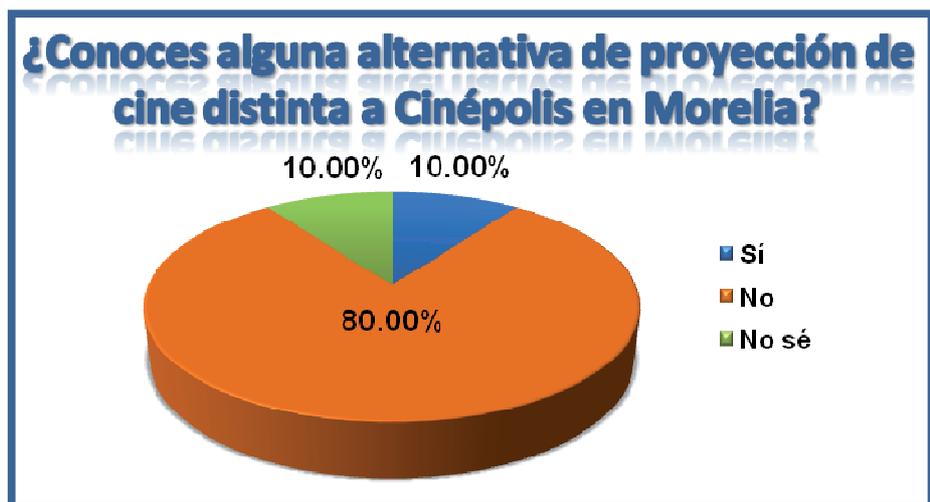
gente por este aspecto. Pero es claro que las películas americanas se han ido ganando seguidores gracias a sus mejoras en cuanto a calidad de producción, pero al mismo tiempo muchos asistentes a las salas cinematográficas, en este caso la mayoría, no están de acuerdo en que éstas sean las más proyectadas, ya que es una visión limitada sobre la realidad y la fantasía.

Pregunta 12: ¿Conoces alguna alternativa de proyección de cine distinta a Cinépolis en Morelia? (Tabla 18)

		Frecuencia	%	% Válido	% Acumulativo
Válido	Si	20	10,0	10,0	10,0
	No	160	79,6	80,0	90,0
	No sé	20	10,0	10,0	100,0
	Total	200	99,5	100,0	
Pérdido	Sistema	1	,5		
Total		201	100,0		

Nuestra **última pregunta** pretende saber si la gente contempla en sus opciones otro lugar en el que pueda acudir a ver una película que no sea en alguna sala de Cinépolis en Morelia, además de descubrir aquellas alternativas distintas que la gente pudiese conocer y que tal vez no tienen mucha difusión, pero que existen.

En la primera parte podemos ver claramente que el 80 % no concibe otra opción para ver cine diferente a la de Cinépolis, un resultado aplastante y definitivo.



Después se empatan los porcentajes en 10 con los que sí conocen otro lugar para ver cine y los que no saben (ver tabla 18). Pero aquí nos hace ver dos cosas importantes, primero que ese 10 % demuestra que sí existen otras opciones para ver



“cine” en Morelia: en donde podemos destacar los siguientes: El cine Arcadia (que aún sobrevive con la pornografía), la Casa de la Cultura, la Casa Natal de Morelos, el Centro Cultural Universitario, el Cine Empresarial, la Biblioteca María Rojo, la Escuela Popular de Bellas Artes e incluso hubo uno que consideraba otra opción la compra de piratería en el Auditorio. La parte contrastante es que el 80 % no las conoce y en gran medida esto limita alguna de las respuestas anteriores, porque cómo puedo saber si me gusta lo que tengo si posiblemente no he visto que hay más posibilidades en otro lugar. También es evidente la absorción del campo de proyección cinematográfico que ha abarcado Cinépolis en Morelia.

Este capítulo nos acercó bastante a la opinión de la gente sobre la Cultura de Cine en Morelia, así mismo descubrimos varios actores en la actividad de ir al cine, los conocedores y los posibles conocedores, que mutuamente se informan, se limitan, se cuestionan sobre aspectos del cine. Otro aspecto relevante fue conocer como en primer instancia hay una asistencia regular al cine por los morelianos, por lo que los asistentes están interesados en su mayoría en los temas sobre cine en general. A través de este análisis también pudimos contemplar la visión más equilibrada que tienen sobre los aspectos de Imperialismo Cultural, al exponer que la oferta de películas que brinda Cinépolis es variada. Sin embargo admiten que ven más películas americanas porque son las que más proyectan. Lo más preocupante es que la gran mayoría no conoce otra alternativa para ver cine que ir a Cinépolis.

Un capítulo que aclaró un poco las conjeturas que teníamos sobre la opinión de la gente, pero que también plantea una ignorancia latente sobre lo que están haciendo y por qué lo hacen, así como un desconocimiento de lo que hay detrás de ver una película en donde se limita su percepción y se encamina hacia un pensamiento dominante y una cultura ajena.



CAPÍTULO 5

ALTERNATIVAS CINEMATOGRÁFICAS EN MORELIA

Debido a la oferta limitada que había estado presentando Cinépolis en los últimos años, donde sus proyecciones eran predominantemente americanas con contenidos muy comerciales y poco propositivos, se fueron desarrollando diferentes alternativas de proyección cinematográfica en Morelia.

En este capítulo integraremos algunas entrevistas a los directores de dos de estas distintas propuestas, así como una lista un poco más amplia sobre algunas de estas nuevas posibilidades de acceder a otra forma de ver cine, de utilizarlo, de conocerlo, de vivirlo.

5.1 EL CINE CLUB (CASA NATAL DE MORELOS)

Primero queremos presentar una entrevista que realizamos al encargado del Programa de Cine Club de la Casa Natal de Morelos, aquí en Morelia, Benjamín Díaz Murillo. Este programa lleva 26 años activo y es dependiente de la Secretaría de Cultura. En la entrevista cotejamos, en primera instancia, algunas de las preguntas que realizamos en nuestra encuesta para comparar la opinión de la gente con la de este peculiar personaje de la proyección alternativa en Morelia.

**“Este es el cine club madre de los cineclubs de aquí.
Es el que inicio la carrera de cineclubismo.”**

-Benjamín Díaz Murillo-

1. ¿Por qué usted cree que la gente acude hoy en día a ver una película?

R: “Esta pregunta es no de este momento es de todo el tiempo. La gente acude al cine, desde sus orígenes, porque el cine ofrece satisfacción a una parte del cerebro humano que se le llama morbo.



Este descubrimiento no surge en 1896 que es cuando se da a conocer el cine, eso ya viene de tiempo atrás. Hay que reconocer la prehistoria del cine desde los faraones que satisfacían esa necesidad social a través de imágenes chinescas. Los sacerdotes egipcios lo hacían para tranquilizar a la plebe presentándoles sombras de patos y culebras que ahora conocemos como sombras chinescas. Entonces el público, el ser humano todavía sigue teniendo esa necesidad y acude al cine por varios aspectos. Unos por obtener entretenimiento, otros es para obtener conocimiento y otros simplemente para evasión psicológica. Sobre todo la mayoría de los que acuden al cine van para ese punto que es la evasión psicológica. Es muy bonito ver a través de una pantalla un aspecto de la vida sin tener peligro y nada que nos afecte de lo que estamos mirando a través del celuloide. “

2. ¿Qué tanto conocimiento cree usted que tengan estas personas sobre aspectos de cine en general?

R: “Ese es el punto medular de la población cinéfila. Yo diría que el 98% de los asistentes a las salas no tiene conocimiento técnico del cine, acuden por otros factores. En las salas vemos muchos jóvenes y a ellos no les interesa la tecnología cinematográfica, ellos van más que nada porque tienen una tarde libre y allí es punto de reunión con la pareja, y es el lugar más propicio por la oscuridad y por la ambientación. La magia de la oscuridad y la luz crean un ambiente de romanticismo donde una caricia sabe riquísimo; entonces la película y las palomitas son los ingredientes del romance, pero es ese el 98%. Pero en una sala en un día donde acuden 1000 gentes, entonces si quitamos el 98% estamos dejando un 2%, entonces a 20 de mil sí les interesa el cine y sí les interesa la tecnología y sí van a analizar al director, a los actores; y 20 en una sociedad de mil son muchos, porque vivimos en un país donde un hombre toma decisiones por 100 millones. Entonces hablar de 20 en mil estamos hablando de una población cuantitativa importante.”



Le comentamos que la pregunta iba más orientada al conocimiento sobre el tema en general, ya que la gente en la encuesta había expresado tener un conocimiento que iba de poco a medio en un 80%. Y el aclaró:

R: “Yo me detuve al 2% refiriéndome propiamente a los que se quieren dedicar propiamente al cine.”

3. ¿Usted cree que a los morelianos, específicamente, les interesan los temas de cine?

R: “Sí, Morelia es una ciudad que tiene un retraso social de unos 20 años. Morelia todavía tiene el aire colonial de otros tiempos y entre otras cosas no tiene industria de nada. Morelia vive de la política y del estudiantado...pero yo quiero saber, ¿en dónde? Tenemos un taller de investigación, pero ¿qué productos se han investigado aquí en la Universidad?, entonces podemos tener un área de cine, pero mientras no se vean los trabajos que se estén produciendo, y que estén saliendo, pues yo no puedo decir que hay interés y que hay talento. El interés hay en toda la República, pero faltan las fuentes de aculturación, faltan las guías y después ver el producto para ya afirmar que hay interés de un sector social, y que ese interés ya se está materializando.”

4. ¿Qué es lo que más les interesa a los morelianos que asisten al cine al ver una película?

R: “Desde luego que lo más importante de una película es la narrativa, es el cuento, es el tema y ya después la forma como lo plantea el director.”

5. ¿Usted cree que exista una Cultura del Cine en Morelia entendiéndola como una actividad repetida y compartida por los morelianos?



R: “Sí, definitivamente. Hay que partir del punto etimológico. Todo movimiento social que es adoptado por determinado grupo es cultura, entonces aquí en Morelia desde luego que existe la Cultura del Cine. Ahora, ¿en qué nivel existe esa cultura? Porque podríamos canalizarlo a la contracultura. Aquí en Morelia el cine sigue siendo uno de los espectáculos que más se vende, ¡el cine!, porque el teatro lo hay de vez en cuando. Hubo un tiempo en que se creó, aquí en Morelia, una sociedad taurina, pero se perdió. Y como esas son, digamos como, modas: el teatro, los conciertos de la sinfónica, pero el cine lo tienes a diario.

Ahora desde las 10 de la mañana tienes el cine, y me estoy refiriendo a las salas comerciales sin mencionar que las películas las tienes las 24 horas en tu casa. Entonces el cine nació para quedarse, porque 2000 años se estaba añorando, la gente lo tenía en la mente, ya lo necesitaba. A través del cine encuentras todos los satisfactores que el cuerpo humano necesita. Sí, desde luego el ser humano tiene en su conformación tres aspectos muy importantes. El ser humano tiene un aspecto sexual, tiene un aspecto religioso, y tiene un aspecto político. Esos tres fundamentos están en tu mente, en tu cerebro, así que cualquier película que toque esos puntos es del interés público. Desde luego también el ser humano tiene etapas: En la adolescencia dales todo lo que es fantasía., ciencia ficción y ahí están, pero después de 25 años, ya se está riendo de algo que les gustó a los 12.

El cine es un satisfactor de toda la gente. Por otra parte el cine no te prohíbe, no te dice ésta es para tales edades, porque la mente también tiene su propia edad, la edad no es la que tiene el cuerpo también existe la edad de la mente. Y hay gente que a los 50 años todavía les gustan las caricaturas, pero hay jóvenes de 19, 20 años ya se interesan por un cine más complejo más abstracto y para eso existen actores que se van haciendo su propia personalidad que los cinéfilos los van buscando, los van detectando. ¡Ah, es de tal director yo la voy a ver! y ya eso es garantía del boleto. El director ya tiene un público que va ocupar una butaca cuando presente una película si ya logró un sello personal.”



Las siguientes preguntas de la entrevista estuvieron más encaminadas a lo que es el Cine Club y como se ha desarrollado en general y en específico aquí en Morelia.

6. ¿Qué es el cine club, cómo surgió y cómo ha ido evolucionando?

R: “El cineclub surge desde los años 30’s y 40’s en Alemania y en Francia. Países que nos llevan de ventaja casi 200 años de desarrollo tecnológico. Entonces ellos descubrieron más pronto que nosotros que las películas tienen un tiempo muy corto de vida, son como estrellas fugaces que hacen su destello y pasan a los archivos y muchas veces al olvido. En los años 50’s aquí en México a los estudiantes de cine les mencionaban en sus libros alguna película clásica y ellos no podían de alguna forma mirarlas, porque ya no estaban en condiciones. Los maestros no les podían decir “yo les voy a pasar una película” porque en ese tiempo no existía el video ni todos los formatos que ahora se tienen. Antes el maestro les decía “yo vi esta película y es buenísima” y los alumnos querían verla. Entonces se luchó y propusieron que se crearan salas pequeñas para poder ver ese tipo de cine que ya estaba fuera de la explotación comercial, así es como surge la idea de Cineclub.

Ahora ¿por qué club? Porque nada más iban a ser determinadas personas y eso es un club: sólo personas indicadas o seleccionadas para formar ese grupo. De ahí surge el cineclub. En ese tiempo existían salas con cupo hasta para 1500 gentes; en comparación a eso se hicieron salas que tenían 25 a 70 butacas, salas pequeñas. Primero México, luego Guadalajara y Monterrey fueron las primeras ciudades que tuvieron un programa de cineclub. A lo largo de 25 años de los 50’s a los 80’s empezaron unas a desaparecer y otras a transformarse. Luego en México surge la Filмотeca de la UNAM donde precisamente de ahí se abastecían los cine clubes de aquí del país. Cosa que se revolucionó a partir del año 2000, ahorita todo se ha digitalizado, es más fácil y se cambió el mercado y la forma de distribución. Pero ese es el origen de los cine clubes que son para exhibir películas que no están al alcance de exhibirse en la sala comercial y que convocan a un número de personas determinado.



Nunca se pensó que un cine club fuera a tener problemas de cupo. Siempre se pensó en que iba a ver 2, 3 o 5 gentes, porque el programa se hace para esas 2, 3 o 5 gentes, porque se supone que son personas que ya vieron una película y que quieren volver a verla, no vienen a ver novedad ni vienen a ver estrenos. Eso es el club. Aunque ahora han surgido varios tipos de cine club: ahora existen los cine clubes de vanguardia, los cine clubes empresariales, los cine clubes de archivo como es el que nosotros manejamos que únicamente difunde el cine en todos sus aspectos, el cine en general. Ahorita hay muchas alternativas de cine clubes. Y también se han dado cambios en cuanto a público.”

7. ¿Cómo surge aquí en Morelia la idea del Cine Club?

R: “El proyecto se presentó en 1980, precisamente en el cambio de gobierno, salía el Ingeniero Torres Manzo y entraba el Ingeniero Cuauhtémoc Cárdenas, a él se le presenta. Lo presentó el Maestro Alonso Téllez, él tenía relación con el cine club de la Universidad de Puebla porque su hermano manejaba el cine club allá. Entonces pensaron en traerlo aquí al estado, se presentó el proyecto, fue aprobado en todas las necesidades que se planteaban. Lo que pasa es que el cine club no se presentó como este programa que queda ahorita nada más aquí. Se planteó como un programa estatal, iban a llevar salas a todo el estado y aquí en Morelia se tuvieron 8 programas de cine. Este espacio era en realidad la sede, precisamente esta sala sí se construyó pensando en el cine club; se le dio el declive adecuado, se le dio las medidas, la pantalla se colocó; todo lo tenemos original no se le ha cambiado. Todavía inclusive las butacas son las originales, lo hemos mencionado porque tienen muy buena conservación, tienen 25 años y esto es otro de los aspectos que demuestra que el cine club sí culturiza.

Porque aquí nos encargamos de que no pasen con alimentos, que no estén platicando. Y la gente se selecciona, la gente que quería platicar dice: ¡No regresó a allí!, porque yo voy al cine con la pareja a otras cosas menos a ver la película, pero poco a poco se fue seleccionando. La gente que viene ya sabe que aquí hay una



normatividad, y no es por molestarles, simplemente es por culturizarles, decirle: aquí no puedes llegar tarde, aquí tienes que llegar máximo 10 minutos después. Entonces se les da el mejor trato a los que siguen ese orden. Aquí no premiamos a los que llegan tarde, aquí el que llega tarde no entra, aquí premiamos al que llega puntual, porque la película sonando las campanadas de catedral comenzamos, no le quitamos su tiempo a la gente.

Así surge el cine, es presentado el proyecto, es aprobado y de aquí se extendieron programas hacia el tecnológico, hacia el CEDART, hacia varios lugares de la Universidad (UMSNH). El gusto duró cuatro años nada más, porque de pronto el país se declaró en austeridad y hubo que recortar programas. Yo recuerdo y debo de mencionarlo, yo tuve de jefe un funcionario que dijo que se quitara el cine club, que porque la gente que iba al cine club era la gente que le gustaba perder el tiempo. El cine se mutiló y conservamos este programa nada más, ahora ya no como departamento, sino como programa de cine club.

Aquí en este espacio yo conozco gente que viaja, que viene y me trae los programas de España de Francia, y eso nos hace sentir que estamos trabajando de forma coordinada en todo el planeta. Muchos de los turistas vienen a visitar el museo ven el programa y se quedan. La gente de cine club tiene perfiles muy distintos a los del cine comercial. Yo defiendo que las dos partes son importantes, porque el cine cultural no puede existir sin la industria del cine, entonces esa industria tiene costo y tiene que pagarse, ¿y quiénes lo pagan? los que van a ocupar dos horas de oscuridad. Además nadie dice: Ahora vamos a hacer una película mala o ahora vamos a hacer una película buena. Todos los actores están dando su mejor capacidad y el que salga una película de arte o que salga una película industrial o comercial, eso es un aspecto totalmente distinto, eso lo califican los críticos.”

8. ¿Qué tanta asistencia tienen aquí en el cine club por lo regular?



R: “El programa tiene tiempos siempre, hay temporadas altas y temporadas bajas igual que en las salas comerciales. El público que de todas maneras viene dice: este mes no me interesó, no me gusta, nos vemos hasta el mes que entra; entre todo el público que tenemos varía entre 150 y 200 asistentes que están pendientes, es un verdadero club, existe. Y aunque son libres, porque no los tenemos enlistados ni registrados, ellos están pendientes, inclusive llaman por teléfono y nos dan las sugerencias de lo que debemos estar pasando.”

9. ¿Qué días y en qué horarios se maneja el programa?

R: “Los martes y miércoles a las 5:00 p.m. y 7:00 p.m. y los sábados con película distinta a las 5:00 p.m. nada más.”

10. ¿Qué se le ofrece a los asistentes de esta alternativa que es diferente a otras alternativas de cine, inclusive a las salas comerciales?

R: “Bueno, en sí no les podemos ofrecer todo lo que quisiéramos. Sabemos que, por ejemplo, en Alemania, que fue de los primeros países que tuvieron cine club tiene un público tan hecho que pagan más que en la sala comercial. Es más costosa la entrada a la sala del cine club que a la comercial, porque ellos ya concientizaron que el mantenimiento de ese material cuesta más, entonces conservarlo. Y ellos en número son muy pocos y como entre los que van quieren que eso continúe conscientemente pagan.

Ahora, ¿qué es lo que le ofrecemos? Nuestra parte de oferta es analizar las películas. Nosotros vemos que la historia de la película aporte, nos alejamos mucho de la ciencia ficción, porque te aleja del entorno y eso está dedicado a un sector joven y nosotros no queremos alimentar los ocios de la juventud. Tratamos de que se vean películas que se puedan comparar con la realidad. Les ofrecemos que vean algo que puedan comparar y sobre todo, casi siempre, en la forma de selección de un solo tema



vemos varios ángulos, porque ninguna película tiene la verdad. Es por eso que estructuramos el programa en ciclos, esa es la idea.”

11. ¿Existe alguna rivalidad con las salas de Cinépolis?

R: “No de ninguna forma, al contrario. Afortunadamente tenemos Cinépolis y Morelia es la cuna de esa empresa, porque los empresarios viven aquí, porque son morelianos, porque los conocemos. Y digo afortunadamente porque sus salas compiten con las mejores del mundo, porque en cuanto a comodidad ellos tienen una inversión enorme que se tiene que estar manteniendo y pagando, y la pagan los cinéfilos. Qué bueno que aquí en Morelia haya cinéfilos que puedan mantener ese tipo de salas.

El cine lo que te pide de ti es concentración. El cine conserva su primitividad que es la oscuridad, la luz, de ahí sale la magia, y la concentración: es un ritual que no puedes dejarlo y que no lo encuentras ni siquiera en la sala de tu casa. Ahora, son tres aspectos: pantalla, luz y butaca; una silla es muy incómoda. La mente tiene una capacidad receptiva de máximo una hora, después empieza a divagar, por lo tanto el tiempo ideal para entender una película debe ser entre 1 hora 35 min. y 1 hora 50 min. Ya de más entra el cansancio. El cine club lo utilizamos para construcción social.

Cinépolis no es competencia, de hecho, nosotros no podríamos competir. Es una industria maravillosa, en grande. Nosotros reciclamos lo que va dejando esa industria, recogemos de lo que ellos ya pasaron, de lo que la gente fue a ver con una actitud de comer palomitas, pero queremos que ahora vengan con otra actitud a ver esa película.”

12. ¿Cree usted que Cinépolis aquí en Morelia se ha convertido en un Monopolio de esas opciones de cine comercial y que eso sea una limitante para los asistentes?

R: “Sí existe un monopolio, pero no es de Cinépolis, el monopolio es del cine americano, entonces afortunadamente tenemos Cinépolis; lo que pasa es que existe



atrás de Cinépolis un monopolio que no le permite otras opciones de cine, ese problema no vino de las empresas que exhiben sino de las que distribuyen. Ese problema es aparte. Esa distribuidora está monopolizada por intereses americanos porque no permiten la entrada al cine europeo, al cine mexicano, al cine latino, pero al final de cuentas qué bueno que tenemos Cinépolis. Porque lo único que falta para que tenga más satisfacción social, que aglutine todas las exigencias del público, es un paso nada más: cambiar y modificar el monopolio, y que se exhiba por igual. Porque ya hay gente que está buscando hasta en Internet ver una película de otro aspecto, porque tenemos 20 o 50 salas, pero tú puedes elegir 50 títulos malos. Y malos en el sentido de que es otra vez lo mismo. Entonces eso no es elegir. Elegir es cuando te digan aquí hay un título de una película japonesa, una latina, una brasileña, una colombiana, una venezolana, una francesa, entonces tú vas a decir: tenemos una gran variedad de saber a cuál me meto. Te sorprenderías de que haya público para las otras opciones de cine.

En un país donde no se tiene forma de derrochar los recursos, pues se piensa en los aspectos principales del ser humano, como problemas de tipo social. Y precisamente el cine va a ser, en un futuro, una herramienta de la globalización, es la mejor forma de conocer Brasil sin ir hasta allá, es la mejor forma de que conozcas Colombia y países del otro lado del mundo.

El monopolio radica en que si una película no produce determinada cantidad de dinero desaparece a la semana siguiente y eso es lo que ha pasado con las películas mexicanas. Y hay discriminación a las películas nacionales, ya que, aunque una película americana sea mala dura más tiempo que una mexicana.”

5.2 CINE EMPRESARIAL

Nuestra segunda entrevista la realizamos al Licenciado Leonide Luviano Frutis director y creador del Cine Empresarial. El Lic. Luviano tiene una maestría en



Administración y un Postgrado en Administración Pública, así como una experiencia de 25 años en Consultoría Empresarial.

Esta entrevista está más orientada hacia la propuesta del cine empresarial, descubrir su historia, su desarrollo, sus limitaciones y sus logros.

1. ¿Cómo nace el concepto de Cine Empresarial?

R: “Nace a través de mi actividad profesional, yo tengo 25 años en contacto con las empresas, y trabajando con un grupo, en una pequeña sala de capacitación que teníamos. Ahí hice la observación, que al ponerles una película en la televisión que teníamos en ese momento al grupo con el que estábamos trabajando, les gustó mucho el mensaje que vieron en esa película y cuando vi esa reacción de la gente, viendo la película que les estábamos poniendo, en ese momento dije: ¡Bueno, qué pasaría si en lugar de ponérselas en una televisión les ponemos un cine. Así como hay cine de diversión, así como hay cine de sexo puede haber cine para las empresas. El crear un ambiente como tú lo ves aquí con dulcería con palomitas, con sus butacas de cine, que la sala se oscurezca, con sonido de cine, la pantalla más grande, pues ha sido maravilloso. La cantidad de empresas que tenemos ahora se han duplicado a comparación de las empresas con las que estábamos anteriormente.”

2. ¿En qué año empiezan a utilizar el concepto de cine empresarial, como tal?

R: “Las películas siempre se han usado como apoyo a la capacitación. Lo que nosotros hicimos fue cambiar lo que primero era la capacitación y películas de apoyo, lo que nosotros hicimos fue cambiarlo, ahora es la película y la interacción que pueda hacer un consultor es de apoyo, simplemente cambiamos el orden, el concepto.

El concepto como Cine Empresarial nosotros lo empezamos a manejar el 10 de junio del 2003, vamos a cumplir los tres primeros años. Y para mí ha sido maravilloso el concepto porque han venido por lo menos 6 países del mundo a verlo, a conocerlo en menos de tres años. Han venido de 24 estados de la República a ver el concepto. Ya lo



estamos enfocando para manejarlo como franquicia, y esa es la ilusión de que en tan corto tiempo han venido argentinos, italianos ha venido gente de Nueva York, han venido de Panamá, de varias partes del mundo a conocer el concepto.”

3. ¿Este concepto es completamente original?

R: “Este concepto yo lo estructuré a partir de esa observación, y me imaginé el lugar que ahora estás conociendo aquí. Me lo imaginé así como está, partí del concepto de la capacitación. Yo pensé que si en la capacitación nosotros pedimos que los grupos sean de 20, 25 personas, pues en un concepto de cine pudiera aguantar hasta cuarenta gentes. Y yo dije: cuarenta personas es suficiente. Afortunadamente esto ha superado el concepto original porque aquí en esta sala tenemos que meter sillas o cuando vienen estudiantes de las escuelas 60, 70 estudiantes se tienen que sentar en el piso y no le ponen peros por la importancia de los mensajes que ven. Entonces esta es una idea original de tu servidor, por lo cual me sentí muy orgulloso por el impacto que tenemos. Ya pusimos la primer sucursal aquí en Moroleón, pienso poner la siguiente en Uruapan y hay mucha expectativa de gente que nos habla de Querétaro, de Toluca de otros estados de la República que quieren que abramos las diferentes sucursales allá.”

4. ¿Cómo es el proceso de trabajo del Cine Empresarial?

R: “Bueno, el concepto para que la gente lo creyera porque no me lo creían al principio; se burlaban algunas personas de tu servidor porque nunca me habían visto relacionado con el cine. Yo igual no sabía absolutamente nada de cine, simplemente de las películas que vamos a ver al cine comercial. Lo que a mí me gustaba mucho de la idea, lo que me emocionaba mucho de la idea es ver la reacción que podrían tener los trabajadores al venir a aprender y entrar en contacto con un concepto de cine. Cuando les pregunto a algunas personas cuánto tiempo tienen sin ir al cine hay algunos trabajadores que me comentan que tienen 20, 25 o 30 años sin ir al cine. Imagínate



cuando llegan a este lugar y los recibimos con el vaso de palomitas pues es maravillosa la reacción de la gente.

Entonces ¿cuál es el secreto que estamos manejando con esta idea? Pues que logramos unir lo formal de lo informal, entonces le damos diversión a la gente y a la vez lo estamos haciendo que aprenda. Y nos fuimos a los conceptos tradicionales del cine; el cine que yo conocí hace 40 años donde se pasaban dos películas por función. Ahora ya ves que las películas son larguísimas, a veces hay un intermedio, a veces se van de liso. Entonces ¿cómo funciona para las empresas, para los trabajadores el cine empresarial? Las empresas normalmente hacen un programa de funciones. La función incluye dos temas en ocasiones combinamos un tema de reflexión y un tema motivacional; hay un intermedio en donde la gente se levanta a comprarse cosas y luego si el grupo quiere en ese intermedio un consultor hace un intercambio con el grupo para saber cómo va a bajar los conceptos, o puede ser el gerente, o el supervisor, o el encargado del grupo hace una interacción con el grupo para ver cómo van a aplicar en su actividad los mensajes que vieron en ese tema y luego entra otra película e igual se hace de esa manera. Originalmente yo había pensado que fuera sólo cine, que entraran vieran una película, hubiera un intermedio, vieran la otra película y adiós. Y a raíz de que empezamos con la idea los empresarios nos empezaron a solicitar que hiciéramos un intercambio con los participantes y ha sido maravilloso, resulta muy interesante esa interacción.”

5. ¿Quién elabora el material que proyectan o cómo lo consiguen?

R: “Las películas son películas hechas específicamente sobre temas muy específicos que requieren las empresas, por ejemplo estamos hablando de que si tú quieres mejorar en la empresa el trabajo en equipo, sensibilizar a la gente de la importancia del trabajo en equipo la película habla específicamente de trabajo en equipo; si tú quieres que la gente cambie sus actitudes, mejore sus actitudes pues tenemos temas específicos sobre el manejo de las actitudes; si tú quieres motivar al grupo o motivarte a ti mismo tenemos películas específicamente sobre motivación. Los



programas o las películas que tenemos nos las producen una empresa internacional que se llama COSTAL.”

6. ¿Qué tiene que hacer alguien que quiera acudir al Cine Empresarial?

R: “Simplemente llamarnos a algunos de nuestros teléfonos o visitarnos aquí a este lugar, cuando son grupos pedimos que reserven la hora y el día; cuando son personas que quieren venir a ver los temas que tenemos en la cartelera, esos temas están abiertos en dos horarios a las 12:00 y a las 16:00 hrs. Tú puedes venir compras tu boleto y te pasas a verlas.”

7. ¿Usted cree que exista una Cultura del Cine aquí en Morelia?

R: “Todos, incluyéndome a mí, a partir de cuarenta y tantos años para acá. Todos pertenecemos a una cultura visual, la televisión finalmente es un medio que desde pequeño te sientan frente al televisor y ahí aprendes muchas cosas: unas que te sirven y otras que te hacen daño ¿no? Pero en general hay una cultura visual, hay ya una cultura, una educación de estar frente a una pantalla con imágenes, con acciones que te permiten a ti formarte juicios para tu propia vida. Y eso yo creo que es lo maravilloso del concepto porque hay ocasiones en que estamos manejando algún programa de capacitación y la gente quiere cine. Ya no quieren que estés hablando frente al grupo sino que quieren estar comiéndose sus palomitas y estar viendo en la pantalla los mensajes. Es más importante, más poderoso porque es más fácil que lo puedan entender con más claridad con más objetividad así. Y yo siento que es lo poderoso del concepto.”

8. ¿Qué tanta asistencia tienen y con cuántas empresas tienen contacto?

R: “Te puedo decir que en tres años no sé si hemos multiplicado en unas cien veces el número de personas que yo he tenido en 25 años. Y para mí apenas lo vamos iniciando, el concepto.”



9. ¿Ha existido alguna rival con empresas de cine comercial como Cinépolis?

R: “No, para nada, a veces hay algún comentario de su misma gente de algunos compañeros de la universidad donde dicen la competencia de los Ramírez, llevo la playera puesta y como maestro me encuentro con el director de la Corporación de Cinépolis y me dice qué tal cómo te parece aquí el competidor de Organización Ramírez. Nada que ver. Mis respetos para la Organización Ramírez, mis respetos para el concepto que realizó el Lic. Enrique Ramírez es otra cosa totalmente diferente. Yo quisiera imitarlo en la grandeza que logró en su empresa, pero pues la mía apenas empieza y obviamente siendo un concepto nuevo y mi reto en primera parte es que la gente crea el concepto y que una vez que entren en contacto con el concepto pues sepan que es completamente diferente a lo que pueden experimentar en una sala de cine comercial. Aquí es específicamente sobre un fin sobre un propósito de contribuir al mejoramiento del trabajo que realiza la gente en las empresas. Son conceptos completamente diferentes.”

10. ¿Usted cree que exista un Monopolio de Cinépolis como al grado de tener presión por parte de ellos?

R: “No puedo decir que haya tenido alguna presión u obstáculo por parte de ellos porque somos completamente diferentes. Yo le digo a la gente que pues nos damos el lujo de crear un concepto de cine en la capital del cine porque estamos hablando de cosas completamente diferentes. Hay personas, por ejemplo en Morelia que no hay cine, que me dice pásenos películas comerciales, pásenos películas del Hombre Araña, de Rambo y yo les digo es que no, esto es otra cosa. Si quieren ver ese tipo de películas pues váyanse a Morelia y ahí las ven. Pero si también quieren ir a ver una opción diferente ahí al edificio Géminis vayan al Cine Empresarial. Pero son completamente distintas las cosas que ellos ofrecen, las empresas que a ellos les proveen las películas y la empresa que nos hace a nosotros el favor de producirnos las películas que nosotros pasamos.”



11. ¿Qué tanto cree usted que la gente sepa de esta alternativa de Cine Empresarial?

R: “Realmente poco, aún es poco, porque hay gente que hasta que llega aquí, al entrar a la sala se dan cuenta de que sí es un cine, porque parten del concepto de cine que ellos conocen, sin embargo cuando yo escucho los comentarios de que es un cinito es porque ellos están pensando en el cine tradicional y yo estoy pensando en un cine que tiene características completamente diferentes. Si yo hago una sala de 100 gentes, 200 gentes se pierde el concepto de la interacción, del aprendizaje que pretendemos dar con esta idea. Entonces mucha gente piensa, cuando llega acá, llega con sus libretas con su lápiz y piensan que van a encontrar un aula de capacitación con mesas y con sillas. Ya cuando llegan les digo: a ti quién te ha dicho que al cine vas a tomar nota. Para suplir eso nosotros hemos creado un resumen de los diferentes temas, porque la gente no lo ha pedido y porque están acostumbrados a eso. Poco a poco le vamos dando a conocer a la gente la idea, poco a poco la gente va avanzando en el concepto. Los trabajadores ya no vienen a capacitación, ya no vienen a conferencias, ya no vienen a talleres, los trabajadores ya vienen al cine. Y lo que antes era una resistencia por capacitarse, ahora le piden al empresario que quieren venir al cine. Para nosotros pues eso es extraordinario.”

12. ¿Qué dificultades ha tenido con este trabajo?

R: “Bueno, la primera dificultad fue que la gente lo creyera, que la gente creyera que había un cine para las empresas. Esa fue la primera dificultad. Y que la gente dejara de pensar en mí como una gente que se ha dedicado a la capacitación durante 25 años. Si tú ves ahora la publicidad del cine para nada se refiere a Luviano Frutis es el Cine Empresarial. Poco a poco el concepto se empieza a despersonalizar de alguien que inició la consultoría hace 25 años.”



13. ¿Conoce otra alternativa de cine aquí en Morelia, aparte de Cinépolis y el Cine Empresarial?

R: "Aquí en Morelia no."

Tuvimos la oportunidad de estar con dos de los clientes del Licenciado Luviano quienes no hablaron un poco sobre su experiencia en el Cine Empresarial y cómo les ha beneficiado esta idea.

- **Miguel Gómez, Gerente del Expendio Occidentes, compañía dedicada al desarrollo improvisado de comunicaciones, voz y datos.**

"Venimos a cine empresarial dado que es un lugar innovador para la capacitación de cada uno de nuestros muchachos en la parte de base tecnológica llevamos soluciones a algunas empresas grandes aquí del estado, corporativos y nosotros estamos dedicados a todo ese desarrollo, avance y sustitución de equipos de comunicación. La motivación que necesitamos para los logros la encontramos aquí en el cine empresarial. Tenemos apoyándonos de este medio desde noviembre del 2005. Nos ha funcionado bastante bien, vamos escalando un poquito más cada vez."

- **Rogelio Guzmán Rodríguez, Director del Periódico el Sol de Morelia, 25 años de conocer al Lic. Leonidas Luviano como consultor de empresas.**

"En esta etapa en la que estoy al frente del periódico el Sol de Morelia también estoy acudiendo a la consultoría del Licenciado Luviano, ahora en la modalidad de Cine Empresarial, con el fin de modernizar mi empresa, darle mayor reestructuración, un fondo de trabajo más sustentable, una dirección un manejo mejor. Yo estoy tomando un seminario de 10 semanas a título personal, pero a partir de la próxima semana vienen mis jefes de departamento y poco a poco el resto del personal somos 120 trabajadores para darle mayor funcionalidad, mayor eficiencia a nuestra empresa. "



LISTA DE ALTERNATIVAS CINEMATOGRAFICAS DE MORELIA

Por último presentaremos una lista de las alternativas que pudimos encontrar aquí en Morelia para ver cine. Esta lista está vigente, pero puede variar en un futuro cercano.

1. “SALA AUDIOVISUAL CCU”

Exposiciones Cinematográficas

Domingos 18:00 horas

Avenida Madero (frente a la Preparatoria No. 1)

2. “VIDEOTECA MARÍA ROJO”

Presentaciones y Videoteca

Biblioteca Pública Central Francisco J. Mújica

Junto al Planetario

3. “SOLARIS”

Escuela de Cinematografía

Cursos referentes a Cine

Proyecciones especiales para el Festival Internacional de Cine de Morelia

Tel: (443) 3 17 41 65

4. “CASA NATAL DE MORELOS”

Cineclub

Proyecciones cinematográficas por Ciclos

Calle Corregidora esquina con García Obeso

Funciones: Martes y miércoles a las 5:00 y 7:00 p.m. Sábados a las 5:00 p.m.

Tel: (443) 3 12 27 93

5. “CINE EMPRESARIAL”

Edificio Géminis segundo Piso

Funciones: 12:00 y 14:00 hrs.

Reservación para grupos

Tel: (433) 3 15 89 91 Y 3 14 77 69



6. “CINE CLUB EPBA”

Escuela Popular de Bella Artes
Proyecciones cinematográficas
Edificio AIII, Salón 1, Ciudad Universitaria.

7. “CASA DE LA CULTURA DE MORELIA”

Proyecciones Infantiles
Proyecciones público en General
Foro José Manuel Álvarez “La Capilla”
Sábados 13:00 hrs. (infantil) y 18:00 hrs.

8. “COMISIÓN FORESTAL”

Calle Justo Mendoza, Lote II Colonia Centro

9. “COLEGIO DE ARQUITECTOS DE MICHOACÁN”

CINEARQ
Amado Camacho #560 Chapultepec Oriente
Tel: (443) 3 14 10 50
www.camich.com.mx

10. “ESCUELA DE LENGUA Y LITERATURAS HISPÁNICAS”

Proyecciones Cinematográficas
Madero OTE. #580 Aula Modelo
Funciones: Jueves 18:00 hrs.

11. “CINE CLUB GOYA”

Proyecciones cinematográficas
Aula magna del Centro de Investigaciones en Geografía Ambiental
Campus UNAM Morelia
FUNCIONES: Jueves 18:00 hrs.
<http://www.csam.unam.mx/vinculacion/cineclub.html>



CAPÍTULO 6

CONCLUSIONES

Para poder terminar esta investigación es necesario elaborar algunas observaciones sobre el trabajo realizado que puedan evaluar el marco teórico, la metodología utilizada, así como brindar algunas recomendaciones para nuevas investigaciones.

Nuestro marco teórico fue vital para la investigación, la información sobre la Economía Política Crítica era muy clara y fácil al igual que la del Imperialismo Cultural, sin embargo, son posturas herméticas, cerradas que a la hora de comprobarlas con la realidad resultaron un tanto distintas a ella, pero ciertas en su mayoría: La Economía Política Crítica expone por ejemplo que “los dueños de los medios son quienes tienen la capacidad material y humana de transmitir sus ideas y decidir qué mensajes enviar y cuáles no, ellos controlan la propuesta masiva” (Lozano, 1996:81). Esta decisión no recae completamente sobre Cinépolis, sino que influyen varios factores como: La poca producción de material nacional que no llega ni al 10% que estipula la ley, otro factor son las distribuidoras que en su mayoría reparten películas norteamericanas y son a éstas a las que generan mayor promoción, un factor más es el gusto de la gente por las películas americanas y, sin hacer a un lado obviamente su responsabilidad, Cinépolis que es quién negocia en qué salas proyectar las películas, cuánto tiempo proyectarlas, así como la preponderancia promocional dentro de sus instalaciones de cada película.

Otra afirmación que hace la Economía Política Crítica es que el hombre que crece con ciertas ideas que le son impuestas termina aceptándolas con el tiempo: “Las ideas que en vuelven al hombre neocolonizado, no le pertenecen como tampoco le pertenece la tierra que pisa. La tierra le ha sido arrebatada, las ideas le han sido impuestas. El hombre que crece amamantado por esas ideas y esas culturas, es un hombre que termina legalizando el despojo de su tierra, es decir, lo único que puede permitirle alcanzar una cultura y una personalidad propia y definida” (Solanas y Getino, 1969:113). Tal afirmación se podría aterrizar diciendo que todos los que hemos sido



amamantados con cine norteamericano en Cinépolis no hemos convencido de que es el mejor cine o el que más nos gusta. Esto sería generalizar de manera infundada, ya que al aplicar la encuesta algunas personas nos hicieron hincapié en que aún cuando Cinépolis proyecta en su mayoría cine proveniente de Estados Unidos ellos prefieren el cine mexicano, y en el caso contrario también hubo quienes expresaron su gusto por las películas americanas.

Asimismo Gómezjara dice que la manera en que se condiciona a las personas para que se transformen en consumidores insaciables de productos innecesarios y/o enajenantes, que no los humanizan sino que los instruyen como compradores, es a través del ocio masivo y particularmente del cine de masas. (Gómezjara, 1995:107) Esta afirmación es fuerte, pero la podemos ver reflejada en la oferta de Cinépolis que ha procurado la implementación de técnicas de promoción que invitan a la compra de sus productos: alimentos poco nutritivos con un alto nivel calórico, dulces, bebidas, comida rápida, etc. Y todo ello bajo la idea de que quiere que la gente vaya al cine a ver una película cuando lo cierto es que a través de este espectáculo vende toda su mercancía.

Y no contento con ello le presenta a los consumidores asiduos una gama de atractivas promociones que estimulan su afán consumista, tal es el caso de la nueva estrategia de Cinépolis en la que sus clientes podrán pagar una cuota mensual para ver las películas que quieran, las veces que quieran durante todo el mes. Para muchos es una estrategia que reducirá el gasto de los cinéfilos, pero en el fondo es una manera clara de garantizar una asistencia fija y un consumo continuo de sus productos. Volvemos a lo mismo, lo que menos le interesa a Cinépolis es ganar dinero exhibiendo películas, el dinero lo gana vendiendo alimentos en el cine. Así que eso nos lleva a cuestionarnos fuertemente si realmente Cinépolis se preocupa por los contenidos que circulan en sus salas.

La postura sobre la dominación de las mentes y las ideologías de los países subdesarrollados a través del control de los medios de comunicación, no es tan radical,



ya que, sería como pensar que la gente no puede darse cuenta de lo que le están transmitiendo y lo asimilaban sin analizarlo. Por otro lado, confrontado con la encuesta podemos decir, que la gente está consciente del dominio de las películas americanas frente a las extranjeras y las mexicanas, pero es capaz de decidir, en algunos casos y algunas personas, sólo asistir a ver películas mexicanas cuando las haya.

Un punto importante que pudimos comprobar es que efectivamente la presencia del cine norteamericano, y por ende de su propuesta cultural, está en la mayoría de las salas de Cinépolis y de casi todos los cines en el país. Por lo que estamos recibiendo de manera continua los mensajes ideológicos de una cultura diferente a la nuestra. Y el flujo de comunicación da cabida a las ideas norteamericanas más que a las mexicanas.

Las teorías que seleccionamos fueron previstas, más que para refutarlas o validarlas, como guías para la investigación, al final nos pudimos dar cuenta que casi por completo se reafirma la teoría.

El problema más grande que se nos presentó al momento de hacer la investigación documental, fue la falta de material específico de la historia del cine en Morelia, había mucho material sobre la historia del cine mundial y del cine mexicano, pero ya a nivel local, fue difícil encontrar información. Afortunadamente encontramos una publicación que nos dio una línea de investigación y parte de la averiguación. Pudimos complementar esto con varias publicaciones nacionales y locales, así como con la entrevista de Myriam Jury Germani, Hija de Don Neif Jury (uno de los pioneros de los cines en Morelia).

Otro aspecto importante a evaluar es la metodología que utilizamos. En un primer momento podemos afirmar que al instante de plantear el proyecto de tesis excedimos los elementos y técnicas metodológicas. En un principio se planteó utilizar los grupos de discusión como punto fuerte de la investigación junto con entrevistas a 3 personajes clave que estuvieran relacionados con las alternativas distintas a Cinépolis y al Director



de la Organización Ramírez: Ramón Ramírez y como elemento de apoyo aplicar un sondeo por medio de la encuesta entre los asistentes a las salas de cine de Cinépolis.

Este planteamiento no respondía a las necesidades que se fueron generando en el camino, incluso rebasaba las posibilidades de su ejecución por cuestiones de tiempo y factibilidad. Por tal motivo, prácticamente se modificó toda la metodología al menos en orden de preferencia. Como punto fuerte se aplicó la encuesta a 201 personas, y como complemento para la parte de las diferentes alternativas se hicieron las entrevistas, a 2 directores de propuestas distintas de cine: El director del Cine Club de la Casa Natal de Morelos y El Director del Cine Empresarial. Debido a que estas entrevistas no arrojaron ninguna información acerca de la intervención o rivalidad con Cinépolis, se buscó una tercera entrevista, pero esta vez con la dueña de los Cines clausurados de la familia Jury: El cine Rex, el cine Colonial y el Rex II. Para tratar de averiguar si hubo algún problema de competencia ilegítima con Cinépolis o para las razones de su desaparición. Intentamos entrevistar al Director general de la Organización Ramírez, pero fue inútil, lo único que pudimos conseguir fue un Manual de Inducción de donde sacamos parte de la información de su historia y sus estrategias comerciales, aunando a la actualización de dicha información con datos que encontramos en su página de Internet. Por cuestiones de tiempo y observando que con la encuesta podíamos suplir la parte de opinión de la gente, decidimos que no era necesario para la investigación el grupo de discusión.

Afortunadamente hicimos tales cambios en la metodología, ya que obtuvimos los resultados deseados y la información fue suficiente para completar la investigación. Además se apoyaron los métodos unos con otros lo que le dio más fuerza y sustento a los argumentos.

La encuesta presenta varias limitaciones:

1. Al estar tan delimitada y orientada se queda corta en la información, dando pie a nuevas interrogantes sobre algunos fenómenos en el comportamiento de la gente.
2. Otra desventaja es que algunos no las contestan con seriedad, ni con interés.



3. Al tener un segmento al que va dirigida la encuesta, se deja de lado muchas veces a personas que podrían aportar más. En nuestro caso tuvimos que ampliar la edad de nuestros encuestados, ya que, muchos adultos que rebasaban la edad pedían contestarla, así que los incluimos y observamos que su opinión era muy valiosa.
4. En ocasiones la gente no quiere contestar y esa es una desventaja, otras veces son groseros.

La encuesta al mismo tiempo tiene varios alcances:

1. En primer lugar, la capacidad de síntesis de la información, así como de su análisis gráfico y comparativo.
2. Es muy útil para delimitar las respuestas de la gente, y así canalizar la información de manera adecuada hacia la investigación.
3. Es rápida de aplicar.
4. Se puede realizar con la gente que tú decidas específicamente.

Por último es de vital importancia evaluar los resultados para comprobar los objetivos y las hipótesis.

El objetivo general se cumple en términos generales, ya que a través de la investigación documental y la de campo se pudo concluir que en efecto existe una Cultura de Cine en Morelia y ésta en gran medida se ha reforzado por el Monopolio de Cinépolis y su Oferta.

Por otro lado, conseguimos investigar cómo se dio el desarrollo del cine en Morelia, incluyendo su distribución y proyección.

Pudimos conocer la opinión de los jóvenes morelianos sobre su interés en cine y sobre su percepción de la oferta de Cinépolis, al mismo tiempo que descubrimos sus formas de consumo del mismo.



Otro aspecto que fue satisfecho, fue la lista de alternativas de cine en Morelia que pudimos realizar para aquellos deseosos de algo diferente a lo de Cinépolis. El único objetivo que no es tan fácil de definir si se cumplió es el encaminado a las consecuencias que puede tener dicha limitación, se argumentó en la teoría, pero no se pudo comprobar en la investigación de campo.

La hipótesis no se afirmó del todo ya que nos pudimos percatar que la situación general del país fue uno de los factores que afectó más a las otras empresas para su desaparición, sin embargo la teoría corrobora que mucho tuvieron que ver las distribuidoras estadounidenses en que no pudieran competir con Cinépolis. Estas tienen altos requisitos para que sus películas puedan ser presentadas como películas de estreno como costoso equipo de proyección, salas cómodas, equipo de sonido THX, entre otras. Por lo que podemos concluir que Cinépolis no absorbió a su competencia sino que la derrotó a través de sus estrategias de mercado y su concepto de salas Multiplex, así como a una buena inversión en un momento histórico adecuado. Supieron invertir en un momento de crisis que por el contrario para otras empresas fue su ruina total. Tal fue el caso de la familia Jury quienes adquirieron una fuerte deuda a principios de los 90's para remodelar el cine Victoria que con la crisis de 1994 fue creciendo desproporcionadamente, así como factores personales fueron carcomiendo su posibilidad de subsistir. Por otro lado, sus acciones llevaron a Cinépolis a convertirse en un Monopolio como sucede en las empresas capitalistas, casi siempre, el pez gordo se traga a los pequeños.

Nuestra segunda hipótesis es la que sí se comprobó por completo, ya que efectivamente dicha monopolización históricamente reforzó la cultura de cine que se generó en el pasado, sin embargo, la fue limitando a una proyección de películas americanas, por tal motivo se crearon distintas formas cinematográficas en Morelia, a tal grado, que la propia empresa abrió espacios para otro tipo de cine como destinar una sala exclusiva para cine de arte todo el año desde el concepto Otro Enfoque, el Festival Internacional de Cine en Morelia y los tour de cine extranjero que se realizan durante el año.



Por último sería muy interesante que alguien enfocara nuevas investigaciones hacía aspectos mucho mayores de la Cultura en Morelia, como la Cultura del Arte. Al mismo tiempo se podría completar esta tesis para enriquecerla, con una investigación más a profundidad sobre las razones de la desaparición de los demás cine, y por otro lado, profundizar en las consecuencias que puede tener en la percepción de la gente, incluso en su propia cultura (en este caso la de Morelia) la limitación de la proyección de cine enfocado en su mayoría a películas americanas.



BIBLIOGRAFÍA

1. BRAMBILA, Aida Patricia. *Como perciben los cinéfilos de Morelia el cine mexicano actual*. Tesis de Licenciatura UVAQ, Morelia, México, 2000
2. BUENO, Gustavo. *El mito de la Cultura*. Editorial Prensa Ibérica, Barcelona, España, 1996.
3. CARRILLO, Gladis. *Cine Mexicano: análisis descriptivo de su condición (1995-1999) y perspectivas en la sociedad moreliana*. Tesis de Licenciatura UVAQ, Morelia, México, 2000.
4. FAGOGA, Lorena. *El video como medio de conservación de la cultural*. Tesis UVAQ, Morelia, México, 1999.
5. FERNÁNDEZ MENDOZA, Grisell. *Distribución y Exhibición de Películas Mexicanas en territorio Nacional*. U1A, México, 1995.
6. GARCÍA, Cecilia, *Manual de Inducción para Corporativo*. Cinépolis, Morelia, México. 14 de diciembre de 2005.
7. GARCIA, Lizbeth Victoria. *Nuevo Cine Mexicano*. Tesis de Licenciatura UVAQ, Morelia, México, 2004.
8. GOLDING, Meter y MURDOCK, Graham. "Culture, communications, and political economy", en James Curran y Michael Gurevitch (eds.), *Mass media and society*, Edward Arnold. Londres, 1993.
9. GOMÉZJARA, Fco. A. y DE DIOS, Delia Selene. *Sociología del Cine*, Sep Setentas del Instituto de Investigaciones Económicas de la UNAM, México, 1995.
10. GURREA C. José Antonio. *Periplos del Cine Mexicano*. Publicado en la Revista Etcétera, México, 28 de septiembre de 2000.



11. HERNÁNDEZ, Jesús. *Los pesos de la taquilla*. Publicación de la revista Cambio, México, 12 de octubre de 2003.
12. HUERTA MENDOZA, Leonardo. *Cine mexicano v.s. Cine extranjero*. Publicación de la revista del Consumidor “Como consumimos cine”, México, 1 de abril de 2004.
13. LARA ORTÍZ, Tania. *Cuando las peleas quedan en familia*. Publicación Expansión, México, 13 de octubre de 2004.
14. LOZANO, José Carlos. *Teoría e investigación de la comunicación de masas*. Alambra Mexicana, México, 1996.
15. MARTÍNEZ, José de Jesús. *El cortometraje Mexicano en las décadas de los noventa*. Tesis de Licenciatura UVAQ, Morelia, México, 2000.
16. MALDONADO, Danahé y VÁZQUEZ, Guadalupe. *El cine mexicano de la época de oro como reflejo social tomando como ejemplo a Pedro Infante*. Tesis de Licenciatura UVAQ, Morelia, México, 2000.
17. MARTI, Josep. *Transculturación, globalización y músicas de hoy*. Revista Transcultural de Música. Barcelona, 2002.
18. MATTERLAT, Armando. *El medio de comunicación de masas en la lucha de clases*. Santiago de Chile, 1971
19. MATTELART, Armand. *La mundialización de la comunicación*.
20. MICHEL, Manuel. *Una nueva Cultura de la Imagen. Ensayos sobre cine televisión*. Juan Pablo Editor, México, 1994.



21. MONTERDE, José Enrique. *Cine, historia y enseñanza*". Cuadernos de Pedagogía. Editorial Laia. Barcelona, 1986.
22. PÉREZ TAPIA, José A. *Filosofía y crítica de la cultura*. Editorial Trotta. Madrid, 1996.
23. RUÍZ OJEDA, Tania. *Las salas cinematográficas en Morelia desde sus inicios hasta el año 2000*. Tesis. UNLA, Morelia, México, 2004.
24. SELDON, Artur. *Diccionario de Economía*. 1965.
25. SOBREVILLA, David. *Filosofía de la cultura*. Editorial Trotta, Madrid, 1998.
26. SOLANAS, Fernando E. y GETINO, Octavio. *Cine, cultura y descolonización*. Editorial Siglo Veintiuno, Madrid, 1969.
27. VARGAS, Eugenio. *Producción de cine experimental universitario, respuesta y propuesta*. Tesis de Licenciatura UVAQ, Morelia, México, 2002.
28. VILLICAÑA, Gloria Esther. *La fotografía cinematográfica*. Tesis de Licenciatura, Morelia, México, 1999.
29. *Guerra de cines; todos hacen estallar sus palomas* 2000, Publicación en Alto Nivel, México, 1 de mayo de 2000.
30. *Historia de Película*. Publicación en la Revista Mexicana de Comunicación, México, 1 de septiembre de 2003.
31. *Ley Federal de Cinematografía*. Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión. Última reforma publicada DOF 26-01-2006,
32. *Cómo consumidos cine*. Revista del Consumidor. México, 2004.



ANEXOS

ANEXO 1 “ENCUESTA”

POBLACIÓN: Jóvenes estudiantes de 18 a 35 años de Morelia que acudan al cine (Cinépolis). Para lo cual se aplicará la encuesta afuera de las salas de Cinépolis a aquellos que aparentemente entren en el rango de edad.

OBJETIVO: Descubrir si los jóvenes morelianos que acuden al cine tienen interés, gusto y conocimiento sobre cine (cultura del cine) y si esto se debe a la oferta de Cinépolis, así como su opinión de la misma.

Variables:

1. Sexo

1.1 Masculino

1.2 Femenino

2. ¿Cuántas veces al mes acudes a Cinépolis a ver una película?

2.1 Ninguna

2.2 1-2

2.3 3-4

2.4 5-6

2.5 Más de 6

3. ¿Por qué acudiste al cine hoy?

3.1 Interés

3.2 Diversión

3.3 Distracción

3.4 Obligación

3.5 Otra _____



4. ¿Qué tanto conocimiento tienes sobre cine?

- 4.1 Nada
- 4.2 Poco conocimiento
- 4.3 Conocimiento medio
- 4.4 Mucho conocimiento

5. ¿Te interesa el cine?

- 5.1 Si
- 5.2 No
- 5.3 Me es indiferente.

6. Si te interesa el cine ¿a qué crees que se deba?

- 6.1 Tradición familia (desde pequeño te ha gustado ir al cine)
- 6.2 A la oferta de Cinépolis (películas, comodidades y servicios)
- 6.3 Amistades (al convivir y compartir un rato agradable con ellos)
- 6.4 Otro _____

7. ¿Qué te interesa del Cine?

- 7.1 Ver películas
- 7.2 Ver como se hacen las películas
- 7.3 Hacer películas
- 7.4 Lo relacionado con la actuación
- 7.5 Las historias

8. ¿Crees que exista una Cultura del Cine en Morelia?

- 8.1 Si
- 8.2 No
- 8.3 No sé

9. ¿Conoces la oferta de películas que da Cinépolis?



9.1 Sí

9.2 No

10. ¿Qué películas sueles ver en Cinépolis?

Películas mexicanas

Películas Americanas

Películas extranjeras (francesas, suecas, italianas, indús).

11. ¿Qué opinas de las películas que proyecta Cinépolis?

12. ¿Estás de acuerdo en que la mayoría de las películas que proyecta Cinépolis sean Americanas?

12.1 Si

12.2 No

12.3 No sé

12.4 Más o menos

12.5 Me da igual

13. ¿Conoces alguna alternativa de cine distinta a Cinépolis en Morelia?, ¿Cuál?

ESTRATEGIA DE LEVANTAMIENTO

Se levantarán las entrevistas de la encuesta en Cinépolis Plaza Morelia, Cinépolis la Huerta y Cinépolis Morelia Centro. Se realizarán 100 entrevistas a jóvenes de 18 a 35 años en apariencia que salgan o se encuentren cerca de las salas de cine.

Se aplicarán las entrevistas de las encuestas de manera oral de preferencia donde el encuestador tendrá que anotar las respuestas, si se tiene la oportunidad se dejará a los encuestados que ellos señalen sus respuestas.



ENCUESTA: CULTURA DEL CINE EN MORELIA

Instrucciones: Contesta las preguntas lo más honesto posible. Señala con una cruz sólo la respuesta que más se acerque a tu opinión, y contesta las preguntas concretamente.

Sexo: _____

Edad: _____

1. ¿Cuántas veces al mes acudes a Cinépolis para ver una película?

Ninguna 1-2 3-4 5-6 Más de 6

2. ¿Por qué acudiste al cine hoy?

Interés Diversión Distracción Obligación

Entretenimiento Otra _____

3. ¿Qué tanto crees que sabes sobre cine en general?

Nada Poco Medio Mucho

4. ¿Te interesan los temas relacionados con el cine?

Sí No Me es indiferente.

5. Si te interesa el cine ¿a qué crees que se deba?

Familia Amistades A la oferta de Cinépolis: (comodidad

Otro _____ dulcería, sonido, variedad)

6. ¿Qué te interesa del Cine?

Ver películas Ver como se hacen las películas Hacer películas
 Las historias Actores/actrices Otro _____

7. ¿Crees que exista una “Cultura del Cine” en Morelia, entendiéndola como una actividad humana repetida y compartida por los morelianos?

Sí No No sé

8. ¿Conoces la oferta de películas que da Cinépolis?

Sí No No sé

9. ¿Qué películas sueles ver en Cinépolis?

Películas mexicanas Películas Americanas Películas extranjeras

10. ¿Qué opinas de las películas que proyecta Cinépolis?

Son interesantes Son entretenidas Son muy comerciales
 Son aburridas Se limitan a las gringas Son variadas

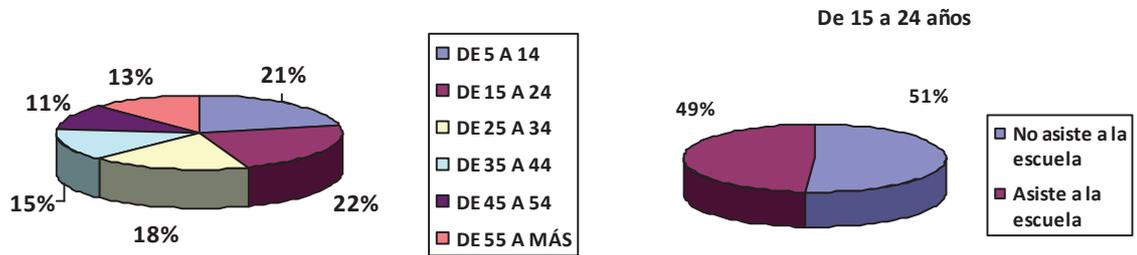
11. ¿Estás de acuerdo en que la mayoría de las películas que proyecta Cinépolis sean Americanas?

Sí No No sé Más o menos Me da igual

12. ¿Conoces alguna alternativa de proyección de cine distinta a Cinépolis en Morelia?, ¿Cuál?



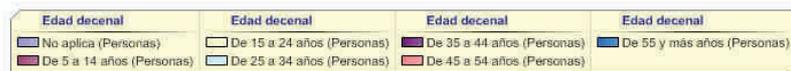
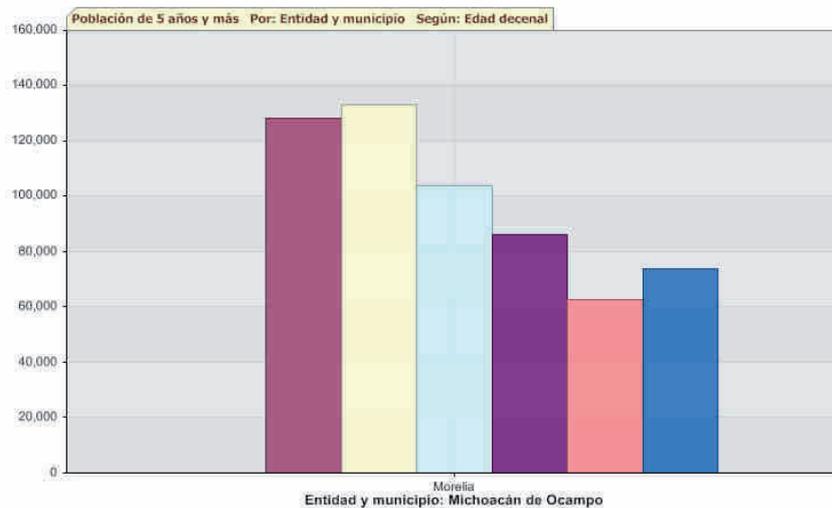
ANEXO 2



FUENTE: INEGI. II Censo de Población y Vivienda 2005

II CONTEO DE POBLACIÓN Y VIVIENDA 2005

MORELIA	TOTAL	No asiste a la escuela	Asiste a la Escuela	No especificado
TOTAL	588,340	385,367	199,096	3877
DE 5 A 14	128,401	5,403	121,880	1,118
DE 15 A 24	133,379	67,691	65,084	604
DE 25 A 34	103,796	95,900	7,271	625
DE 35 A 44	86,046	82,940	2,595	511
DE 45 A 54	62,746	61,007	1,349	390
DE 55 Y MÁS	73,972	72,426	917	629
NO APLICA				



FUENTE: INEGI. II Censo de población y vivienda 2005.