

## REPOSITORIO ACADÉMICO DIGITAL INSTITUCIONAL

### *El perfil de los consumidores de cine Mexicano en Morelia*

**Autor: Claudia Gutiérrez Villaseñor**

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

**Nombre del asesor:  
Jorge Alberto Vera Ramírez**

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.





**UVAQ** M.R.

**UNIVERSIDAD  
VASCO DE QUIROGA**

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**“EL PERFIL DE LOS CONSUMIDORES DE  
CINE MEXICANO EN MORELIA”**



**TESIS**

**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:**

**LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**PRESENTA:**

**CLAUDIA GUTIÉRREZ VILLASEÑOR**

**ASESOR:**

**L.C.C. JORGE ALBERTO VERA RAMÍREZ**

**ACUERDO DE VALIDEZ OFICIAL**

**CLAVE: 16PSU00125**

**ACUERDO: 952002**

**MORELIA, MICHOACÁN SEPTIEMBRE DE 2002**

## **Agradecimientos.**

### **A DIOS:**

Por darme la inteligencia y paciencia necesaria para llegar hasta donde ahora me encuentro y sobre todo por dejarme nacer dentro de ésta maravillosa familia que tengo.

### **CAMERINA Y EDUARDO:**

Por ser mis padres y ser el pilar de mi vida y mi formación. Gracias porque con su ejemplo y sabiduría he logrado completar una etapa más de mi vida. Por todas esas noches de desvelo que pasaron junto a mí. Por toda la confianza, la libertad y sobre todo el apoyo que me dieron cuando más lo necesite. Gracias por creer en mí y por darme la confianza necesaria para seguir adelante. Gracias por darme éste regalo tan maravilloso que es la vida.

### **A MIS HERMANAS:**

Gracias por todo el cariño que siempre me han dado. Por compartir conmigo los buenos y malos momentos de la vida. Gracias porque aún cuando en ocasiones tenemos diferencias, sé que siempre estarán a mi lado. Gracias por enseñarme a luchar por un sueño. Por dejarme estar al lado de sus hijos. Y por aceptarme como soy.

### **A MIS SOBRINOS:**

Por quererme y estar conmigo siempre. Gracias porque con su inocencia me han ayudado a descubrir la niña que aún llevó dentro.

### **A CHILA:**

Por compartirme sus conocimientos y ayudarme cuando lo necesité.

### **A MI TIA MARTHA:**

Por ser tan buena y por ayudarme dentro de sus posibilidades.

### **A MIS MAESTROS:**

Por brindarme todo el apoyo y por compartir conmigo sus conocimientos y experiencias. Gracias a ellos he llegado hasta aquí.

**UNIVERSIDAD VASCO DE QUIROGA**

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**TESIS:**  
**“EL PERFIL DE LOS CONSUMIDORES DE CINE  
MEXICANO EN MORELIA”**

**CLAUDIA GUTIÉRREZ VILLASEÑOR**

# ÍNDICE

## Introducción

### 1.- Sociología de la comunicación de masas

#### 1.1 ¿Qué es la audiencia?

#### 1.2 Tipos de audiencia

### 2.-Teoría de usos y gratificaciones

### 3.- Historia del cine

#### 3.1 Cine mundial

#### 3.2 Cine mexicano

### 4.- Características del nuevo cine mexicano

#### 4.1 El nuevo cine mexicano

#### 4.2 La generación del nuevo cine mexicano

#### 4.3 Sus características

### 5.-El entretenimiento y la audiencia en Morelia

#### 5.1 La oferta de entretenimiento en Morelia

#### 5.2 La oferta cinematográfica en Morelia

#### 5.3 La audiencia en Morelia

### 6.- Estudio estadístico

### 7.- El perfil de los consumidores de cine mexicano en Morelia

#### 7.1 La audiencia de Morelia y el nuevo cine

## Conclusiones

## Bibliografía

# INTRODUCCIÓN

Uno de los problemas que más preocupó a la Humanidad en todos los tiempos fue el poder captar la luz para reproducir imágenes. La sombra es ya la reproducción de la imagen. Platón, por ejemplo; nos habla de una caverna en cuyo fondo se proyectaban las sombras de los que se movían en su entrada.

Cámaras oscuras, linternas cinematográficas, coreutoscopios, kinetoscopios y otros artilugios precedieron al cinematógrafo, el "gran responsable" de ese gran invento que es el cine. Mentes privilegiadas como Leonardo da Vinci, Edison y los hermanos Lumière invirtieron sus conocimientos en permitir que las imágenes se "movieran", o al menos en crear esa ilusión. Los principios de la fotografía resultaron determinantes. Los sueños y el "glamour" vendrían después.

El cine, a pesar de ser algo cotidiano, no deja de aparecer como algo mágico y único. No en vano es el Séptimo Arte (con mayúsculas). Imaginemos, hace algo más de 100 años, cómo se debieron quedar cuando, de repente, las personas vieron cómo las imágenes se movían. Sin embargo, mucho antes, ya se había intentado poner imágenes en movimiento, con distintos aparatos.

Hemos visto, a vuelo de pájaro, cómo la crisis, tanto la que atraviesa el país entero, como la propia de la industria cinematográfica mexicana, ha producido un movimiento, por un lado, de contracción y concentración de actividades, tanto en la producción como en la distribución y en la exhibición, aunado a un proceso de mayor articulación a los movimientos internacionales de capital, especialmente en las dos últimas. Al reducirse de manera drástica la producción, las exportaciones mexicanas de largometrajes también han sufrido una radical disminución, acompañada de su contraparte: la cada vez mayor importación de filmes, particularmente de Estados Unidos.

Tal vez en ocasiones, a algunas personas se les presente la incógnita de cuáles son las variables que intervienen en el cinéfilo al momento en que decide ver una película, o tal vez, algunas personas nunca se lo hayan preguntado. Pues, de ésta interrogante surgió la siguiente investigación, así como también se tenía la duda de qué nacionalidad era el cine que se consumía más en ésta capital.

A lo largo de la presente tesis se tratará de dejar en claro lo que es la teoría de usos y gratificaciones, en la cual se basará éste estudio, ya que en dicha teoría se trata el uso que da a los medios el receptor y las gratificaciones que obtiene una vez que lo ha "usado".

También se hablará brevemente de lo que es la historia del cine, pero sobre todo se tratará con mayor énfasis el tema del *nuevo cine mexicano*, si en realidad existe o es pura fantasía, o desde cuándo se establece dicho término, entre otros puntos de interés general y lo que es más importante se demostrará con cifras reales y confiables el consumo de cine norteamericano que se encuentra ya por encima del consumo de cine nacional.

Se cree que es alarmante el panorama que presenta en la actualidad el cine mexicano. Podría ser que, ante una "aparente" mejoría de "los indicadores macroeconómicos", se lleguen a producir algunas películas. Pero se piensa que es difícil recuperar la capacidad de producción promedio de hace algunos años, si no se generan políticas públicas en favor de un renacimiento de la industria cinematográfica mexicana

En base a un estudio estadístico, se determinarán las necesidades que tiene el receptor al hacer uso de éste medio de comunicación, qué gratificaciones espera obtener de él y las variables que inciden al escoger una película, entre otras cosas, para así determinar su perfil como consumidor de cine mexicano en Morelia.

## JUSTIFICACIÓN:

Últimamente, nos hemos dejado llevar principalmente por el cine hollywoodense haciendo a un lado las diversas propuestas cinematográficas de otros países y lo que es más importante; estamos dejando en segundo lugar nuestro cine, continuamente le estamos restando la importancia que éste tiene. Tal vez sea por nuestra cultura, costumbres, etc., o tal vez muchas veces sea porque nos dejamos llevar por el actor guapo o actriz bonita que está de moda en ese momento y los cuales protagonizan la película, o por la poca oferta de cine mexicano que tenemos en Morelia; variables que podremos confirmar o descartar a lo largo de esta investigación.

El hecho de realizar una minuciosa investigación estadística sobre el perfil de los consumidores de cine mexicano aquí en Morelia (desde la película de "Y tu mamá también" hasta la última que salga antes de junio próximo), será de mucha utilidad para saber con cierta exactitud, cuántas personas han entrado a los diferentes complejos de cine que existen en nuestra ciudad a ver películas nacionales.

De igual manera, se tratará de destacar diversos factores del público como son: sexo, edad, profesión, estado civil y clase socioeconómica a la que pertenecen, entre otros.

Se ha dicho en repetidas ocasiones que el cine es un medio de expresión cultural y artística, lo cual conlleva a pensar que el cine de cualquier país, género y época siempre tendrá algo cultural y artístico que lo catalogue como "bueno", es por eso que esta investigación tendrá como único y exclusivo fin el saber cuántas personas entran a ver una película mexicana y por qué. Todo esto ya que además de ser oportuno el tema, llevaría a mostrar datos reales del número de personas que consumen cine mexicano y las razones de por qué escogen estas películas y no alguna otra.

Este es un problema crítico, porque como se mencionó en un principio, los cinéfilos prefieren ver una película extranjera a una nacional, destacando que en la actualidad no se han hecho esfuerzos por hacer un estudio estadístico de esta índole.



También debe tomarse en cuenta que la poca atención que le dan todas las personas de Morelia (o casi todas) a este tema y en especial los estudiantes de ciencias de la comunicación hacen de esta tesis un tema atractivo y fructífero para desarrollar y aportar una visión oportuna del consumo del cine mexicano aquí en Morelia; además de que también les servirá como una guía de investigación a estudiantes de la carrera y también a diversas instituciones cinematográficas, tanto públicas como privadas proporcionándoles cifras exactas del consumo que han tenido las últimas películas que se han exhibido desde "Y tu mamá también" (2001) para acá, llenando así esta laguna de investigación que se tiene actualmente en nuestra ciudad.

Se tratará de hacer de este estudio un tema de interés general y trascendencia así como también pueda proporcionar material de investigación a cualquier persona interesada.

Cabe destacar, que por más exhaustiva que ha sido la investigación para encontrar antecedentes sobre otros temas como éste, no se ha encontrado absolutamente ninguno, por lo tanto, dicho estudio será el primero de esta índole que se realice en nuestra ciudad. Los únicos estudios que se han encontrado hasta el momento, referentes a este tema, son estudio sobre la teoría de usos y gratificaciones que han realizado varios autores como Moragas, Charles Writh, DeFleur y Fitcher, entre otros.

En este estudio, tomaremos la teoría de usos y gratificaciones, tratando de demostrar que el público receptor elige ir al cine, con la finalidad de satisfacer su necesidad de entretenimiento, así como también nos servirá para saber qué gratificación pretenden obtener al momento de escoger ver una película mexicana o una extranjera.

## PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El cine, actualmente denominado: el séptimo arte, es una forma maravillosa de comunicación al permitir mostrar diversas formas de expresión, diversos mensajes y temas de interés público a grandes masas de todo el mundo. Se ha distinguido por eso, por unir a diferentes pueblos, culturas, civilizaciones... a través de una simple pantalla de unos cuantos metros.

Varias películas se han encargado de llevar mensajes de paz, de guerra, misericordia, amor, unión, prosperidad, engaño, infidelidad... a todos o casi todos los continentes del mundo. Algunas han sido censuradas por el mensaje que contienen, otras han sido llevadas con gran éxito y aceptación del público a tierras lejanas e inimaginables.

Una película sea de cualquier género cinematográfico y de cualquier país, siempre tendrá algo bueno que llevar a su público, así como también aunque sea la mejor película de todos los tiempos, siempre llevará consigo su lado malo, es como en todo, siempre va existir lo bueno y lo malo de las cosas. Tal vez al público en general le parezca muy buena una película, creará que no tiene ningún error, sin embargo un BUEN crítico de cine le va a encontrar aunque sea un mínimo error de continuidad, mala iluminación, un pésimo argumento o simplemente sean los actores o "X" persona de la producción la que haya hecho mal alguna cosa. Si nos pusiéramos a enumerar las diversas variantes que en un momento dado arruinarían una cinta cinematográfica o al contrario, que la hicieran todo un gran éxito en su resultado final, tardaríamos bastante tiempo, es por eso que aquí se concreta a decir solo un pequeño ejemplo de este caso.

El cine, en sus inicios era un medio por el cual se difundían las noticias y eventos trascendentes al público receptor, después fue un medio demasiado importante de expresión artística, últimamente es un medio que casi en su totalidad lo único que pretende es mantener entretenido al público sin proporcionarles mensaje alguno, lo único que pretende en nuestros días es VENDER a costa de los que sea, su única finalidad es ir aumentando su capital económico. Todo esto ha sido objeto de cuantiosas investigaciones y estudios exhaustivos por parte de diversos autores.

El cine mexicano, tuvo su gran auge durante la tan famosa "época de oro". Después de este período, algo pasó, el cine de nuestro país fue decayendo. La mayoría de las veces solo se mostraban películas con temas de narcotráfico, peleas, venganzas, secuestros, violaciones, etc., es decir; cine de culto. Todas esas películas del "Santo", el "enmascarado de plata", después de: "los hermanos Almada", "Lola la trailera" y demás, mostraban siempre lo mismo; el mismo tema solo que enfocado de distintas maneras. Al parecer llegó a ser tan predecible que eso fue lo que lo llevó hasta donde estaba hace poco tiempo: por los suelos. Muchas personas lo llegaron a nombrar como: "cine que no sirve", "dinero tirado a la basura", "siempre es lo mismo"... al inicio de una película ya se sabía en lo que iba a terminar.

Después empieza el ya tan famoso cine mexicano actual, el cual ha sido calificado continuamente como "bueno", (aunque en lo particular no es muy convincente). Este cine ha tenido gran éxito y en especial las películas de "sexo, pudor y lágrimas" y "y tú mamá también", que lograron reunir más de cien millones de pesos en toda la República mexicana, lo cual si se analiza es muy poco al recabarse en TODO el país, siendo que las películas hollywoodenses triplican o cuadruplican esta cantidad solamente en Estados Unidos y sin contar todos los países en los que se exhiben.

En realidad el tema central de esta tesis no es el investigar la historia del cine en México hasta nuestros días, ni tampoco el analizar el nuevo cine mexicano, sino que nos enfocaremos únicamente a descubrir la cantidad de personas que han entrado a ver películas mexicanas en esta ciudad, desde "Y tu mamá también" en adelante, ya que se piensa que las películas mexicanas son menos vistas (aquí en Morelia) que las películas de Hollywood especialmente, es por eso que nos guiaremos en base a la teoría de usos y gratificaciones la cual habla de las variantes que tiene el público al escoger algún medio de comunicación masivo (en nuestro caso) para entretenerse y qué gratificación espera obtener de éste. Dice que desde su nacimiento, las personas tienen la necesidad de buscar nuevas formas de entretenimiento, siempre están experimentando diferentes opciones que los liberen un rato de sus obligaciones. El cine, es una forma muy eficaz de mantenerlos entretenidos, es por eso que grandes masas hacen uso de este medio de comunicación, entre muchos otros con el objeto de obtener una gratificación de éste.

En la comunicación, el público es el que siempre seleccionará los mensajes que quiere obtener de los medios, al igual que va a decidir de qué medio masivo de comunicación los quiere recibir, lo cual lo hará dependiendo de la gratificación o de la necesidad que quiera satisfacer.

Aunque en nuestros días hay muchísimas más opciones de entretenimiento, como lo es la televisión, revistas y el Internet (donde encuentran variadas formas de diversión); las cintas cinematográficas son y seguirán siendo uno de los medios mayormente requeridos por las personas.

Por las investigaciones que se han realizado hasta el momento, nos hemos dado cuenta de que el público prefiere ver una película hollywoodense llena de acción, de efectos especiales, de extraterrestres que llegan a nuestro planeta con el fin de destruirlo, de olas gigantes que destruyen la tierra, de animales que superan la inteligencia del hombre y demás, ya que las películas mexicanas se les hacen bastante aburridas y demasiado comunes.

En muy cierto que a las películas mexicanas actuales les hace falta "algo" que interese más al público. Se necesita con urgencia cambiar un poco el tema que han venido manejando, la forma en que son producidas. Se debe interesar más al cinéfilo para que en un futuro y a la hora en que escoja qué película ver; haga a un lado el cine norteamericano y piense: "¿esta película mexicana, será igual de buena que la anterior o será todavía mejor?". Es necesario llevar al público a que se interese cada día más por nuestro cine.

Es necesario cambiar la mentalidad con la que catalogamos una película nacional, debemos ver su lado positivo y con esto poder llevarlo si es posible a una "segunda época de oro" del cine mexicano.

En la presente tesis de comunicación, se mostrarán cifras reales y confiables de la cantidad de personas que ven continuamente nuestro cine, así como también se analizarán las diversas razones que tienen al escoger estas películas, con la finalidad de demostrar la hipótesis que más adelante se plantea.

Después de todo esto es conveniente preguntarnos: ¿Qué tanto se consume en realidad el cine mexicano en Morelia?, ¿qué edad tienen las personas que lo consumen más?, ¿qué variables intervienen en el consumidor al decidirse por una película nacional? y ¿Por qué nivel socioeconómico es mayormente consumido nuestro cine?



## **OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION:**

- 1.- *Mostrar cifras exactas del consumo de cine mexicano en Morelia, desde la película de "Y tu mamá también" hasta la última que se llegue a exhibir antes de junio próximo del año 2002.*
- 2.- *Analizar las diversas razones que tienen los consumidores al entrar a ver películas nacionales.*
- 3.- *Señalar el sexo, edad, profesión y demás de los consumidores.*
- 4.- *Descubrir que tanto se consume el cine mexicano en Morelia en comparación del consumo del cine extranjero.*
- 6.- *Ubicar el sector socioeconómico de la población moreliana que más consume cine nacional.*
- 7.- *Realizar una minuciosa investigación sobre las gratificaciones que obtiene el consumidor al observar películas tanto nacionales como extranjeras.*
- 8.- *Saber la opinión del público acerca de las últimas películas mexicanas y el llamado nuevo cine mexicano.*

## **HIPOTESIS:**

La hipótesis que se ha planteado hasta ahora es que las películas mexicanas son menos vistas por el público moreliano en comparación de las películas extranjeras y en especial las de Hollywood. El público cinéfilo prefiere ver una película llena de efectos especiales de otro país que una mexicana.



## **METODOLOGIA:**

**TIPO DE ENFOQUE:** El enfoque que en esta tesis se utilizará será de tipo cuantitativo ya que se tiene como objeto la medición del estudio que se va a realizar, además de que se utilizará la entrevista y la encuesta como instrumentos básicos tanto para recopilar información como para lograr nuestro objetivo que es el saber cuántas personas morelianas entran a ver películas mexicanas y cuáles son las variantes que inciden en ellas al escoger ver una película mexicana o una extranjera.

**TIPO DE ESTUDIO:** La presente investigación se realizará con un método meramente estadístico con la finalidad de llegar a demostrar la hipótesis de la presente tesis a través de cifras reales y confiables que demuestren la cantidad de personas que en nuestros días consumen cine nacional, así como también con este método se podrán hacer distintos cruces de variables que nos servirán también para terminar de demostrar lo antes dicho. De manera menos importante también se usará el estudio exploratorio que ayudará a familiarizarse a todo lector acerca de lo que se considera el nuevo cine mexicano y los factores o características que lo determinan como tal, así como también lo familiarizará con la teoría de usos y gratificaciones sobre la cual se basa este estudio.

**UNIVERSO:** Cinéfilos activos.

**MUESTRA:** La muestra estará representada por la población moreliana en general que acude al cine a ver películas sin importar su edad, sexo, escolaridad, etc. El periodo de la muestra será desde la película "Y tu mamá también" hasta la última que se exhiba antes de junio próximo del año 2002.

**TIPO DE MUESTRA:** El tipo de muestra será probabilística debido a que las personas necesarias para el desarrollo de la investigación tienen todas, la misma posibilidad de ser elegidas. Cabe señalar que la muestra probabilística será estratificada con el objeto de dividir la población en estratos para así obtener cierta representatividad de los distintos estratos que componen la población y poder hacer comparaciones entre ellos.

**TÉCNICAS E INSTRUMENTOS:** La técnica a utilizar será la encuesta tomando como instrumento un previo cuestionario o cédula de entrevista. La información recogida podrá emplearse para un análisis cuantitativo con el fin de identificar y conocer la magnitud del problema que se maneja en este proyecto. Las encuestas serán levantadas afuera de los distintos complejos de cine que existen en la Ciudad.

# 1.- SOCIOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN DE MASAS

Para comenzar este capítulo, debemos saber lo que es y lo que entendemos por la sociología de la comunicación de masas. En primer término, todos sabemos que la sociología estudia el comportamiento de los seres humanos dentro de una sociedad; sus costumbres, creencias, valores y actitudes, entre otros. Algunas definiciones más concretas que han establecido diversos autores sobre el término son:

- “Es un estudio de los grupos humanos o de la interacción humana, o de las instituciones sociales”, o tal vez más cuidadosamente, como “la ciencia que trata de desarrollar una teoría analítica de los sistemas de acción social, en la medida en que estos sistemas pueden ser comprendidos de acuerdo con su propiedad de integrarse alrededor de valores comunes” (Cfr. Apuntes de Sociología de 4° semestre de la carrera).
- “La sociología es una ciencia de la interdependencia de los fenómenos sociales” (Anónimo). (Cfr. Apuntes de Sociología de 4° semestre de la carrera).
- “Es la ciencia de la sociedad, entendida como conjunto de individuos interrelacionados. Es la disciplina que se encarga de l estudio de los fenómenos que se producen en las relaciones grupales de los seres humanos” (DE LA PEÑA R. y TOLEDO L. R.; 1991:11).
- En pocas palabras, la sociología es la que se va a encargar (como ya se mencionó antes) de estudiar los valores, cultura, reacciones, comportamiento...del hombre, en el medio en que éste se desenvuelve dentro de un grupo social. Pero si nos adentramos un poco más, según lo que dicen los teóricos HORTON Paúl y HUNT Chester L., sabremos que desde: (Cfr. Apuntes de Sociología de 4° semestre de la carrera).
- La perspectiva evolucionista, la sociología ofrece una explicación satisfactoria acerca del origen y desarrollo de las ciencias humanas.



- La perspectiva interaccionista, trata de advertir que las personas actúan recíprocamente casi siempre por medio de símbolos, que incluyen signos, gestos, y lo que es más importante, por medio de palabras escritas o habladas.
- La perspectiva funcionalista, dice que la sociedad se considera como una red de grupos que cooperan y operan en forma sumamente ordenada, de acuerdo con una serie de reglas y valores compartidos por la mayoría de los miembros y,
- La perspectiva de conflicto, que estudia el conflicto de clases y la explotación de clase como las fuerzas fundamentales de movimiento en la historia.

En esta parte, es conveniente hacer mostrar la diferencia que existe en la sociología respecto a otras ciencias, ya que en muchas ocasiones las personas llegan a confundir o mejor dicho a relacionar la ciencia sociológica con otras. Para hacer esta distinción tomaremos como base los investigadores mexicanos Ricardo de la Peña y Rosario Laguardia Toledo, quienes aseguran lo siguiente, en su libro titulado *"Cómo acercarse a la sociología"*.

- En relación con la psicología, se distingue de la sociología porque ésta centra su atención en los grupos sociales, mientras que la otra estudia a la persona básicamente en sus relaciones interpersonales.
- En lo que es la economía, ésta ciencia no estudia tanto al individuo en sí, sino que el estudio es sólo una parte de las relaciones sociales pero en general, es decir, no se mete tanto al comportamiento.
- En historia, la sociología se preocupa principalmente en estudiar al hombre en su época actual y no se interesa por saber lo que le ocurrió al hombre 100 o 1,000 años atrás.
- Y por último, respecto al derecho; el estudio de la sociología no se centra en estudiar las normas que rigen la vida del hombre, sino por las decisiones o actitudes que toma para no salirse de su círculo al romper o violar alguna norma social.

Aunque estas tendencias tienen una diferencia bastante marcada entre sí, todas no dejan de estudiar una parte de la vida del hombre, sin embargo, ninguna de ellas lo hace tan profundo como la sociología.

Haciendo un poco de historia, podremos saber que los primeros estudios realizados sobre esta ciencia los hicieron los investigadores Herbert y Spencer en 1873, mientras que las primeras cátedras se realizan en 1876 en Estados Unidos, en Francia en 1889 y en 1907 en Inglaterra, sin embargo el pensador francés Augusto Comte es el que establece el término "sociología" como tal, después de las grandes transformaciones que sacudieron a Europa y Norte América durante los siglos XVIII y XIX, con la revolución estadounidense, las sublevaciones de las colonias, las cuatro revoluciones separadas de Francia, la revolución industrial. Es entonces como nace la sociología con la transformación de las filosofías, las políticas del gobierno y las transformaciones económicas.

Así como es de suma importancia saber la definición de la ciencia sociológica, también es importante saber los objetivos de la misma, por lo que a continuación se mencionarán sólo algunos de ellos, de acuerdo a lo que dice AMAYA Serrano en su libro de sociología general.

- "Descubrir la relación entre todos los datos dispersos pero de significación social", es decir, se tiene que buscar la concordancia existente entre los datos reunidos a través de las distintas fuentes que se investigaron u observaron acerca del comportamiento del hombre, teniendo en cuenta de que dichos datos deben de ser importante para así complementar la investigación.
- "Orientar las investigaciones concretas que acerca de los fenómenos humanos se multiplican día a día por todo el planeta". Cada día que pasa, se va a descubrir algo nuevo acerca de la conducta del hombre, por lo que esos descubrimientos se deben sumar a la investigación sociológica. Por lo mismo se puede afirmar que de acuerdo a este objetivo de la sociología nunca se terminará de estudiar por completo el comportamiento del hombre en sociedad. Es como dijo Platón "nadie se baña dos veces en el mismo río". El hombre actual no va a tener el mismo comportamiento y costumbres que el hombre del siglo pasado o que el del futuro.

- “Busca interpretar la regularidad y estabilidad del comportamiento humano. Y hace del estudio comparativo de esta clase de fenómenos, mediante la observación metódica, la descripción objetiva, en análisis cuidadoso y la explicación fundamentada que nos puede llevar a la comprobación cuantitativa de su calidad”. Todo estudio debe dar sus frutos. Al estudiar a la humanidad en su ambiente social, por lo regular se hace mediante la observación y los hechos que de ahí surjan deben de ser escritos para después interpretarlos con exactitud y claridad, para de ese modo poder analizar exhaustivamente el comportamiento y así comprobar o no la (s) hipótesis.

Después de explicar de manera general lo que es la sociología, pasemos entonces a hablar un poco de lo que es la comunicación de masas, para lo cual empezaremos con McQuail quien en su libro de *introducción a la teoría de la comunicación de masas*, en la página 39, dice que “la institución de los medios de comunicación de masas tiene a su cargo una serie inconfundibles de actividades, es decir; se encarga de enviar y recibir mensajes a través de personas especialistas en la materia y que ocupan diferentes roles (productores, directores, editores y el público mismo), basándose así en normas y acuerdos sociales (leyes, códigos, expectativas de la audiencia y demás)”.

Menciona, que los rasgos más importantes de esta institución son: 1) “Se ocupa de producir y distribuir conocimientos”: información, ideas, cultura, etc. 2) “Proporciona canales para relacionar a unas personas con otras”, por ejemplo a emisores con receptores, personas del público receptor con otras personas también del público, etc. 3) “Los medios de comunicación operan casi exclusivamente en la esfera pública y constituyen una institución abierta en la que todos pueden participar como receptores y, en determinadas ocasiones, también como emisores”: Un muy claro ejemplo de éste tercer punto que se realiza en esta capital moreliana es el programa radiofónico de ‘micrófono abierto’, en el cual el receptor no solamente actúa como tal, sino que también actúa como emisor al momento de llamar por teléfono a la estación y hacer su denuncia, mediante la cual esta emitiendo a toda la ciudadanía su inconformidad. 4) “La participación, en la institución como parte del público es esencia voluntaria, sin compulsión ni obligación social en mayor medida de lo que suele ser el caso de otras instituciones relacionadas con la difusión de conocimientos como lo son la religión, la enseñanza o la política” (McQuail; 1991:39). Este punto se entenderá como el hecho de que el público decide o no ocupar su tiempo libre en la distracción o fuga de la realidad a la que lo llevan los distintos medios de comunicación masiva.

Pero, ¿Qué es una masa? De acuerdo con lo que dijo Herbert Blumer en 1939, se puede definir a la masa como un conjunto extremadamente grande de personas que no se conocen entre sí, que carecen de autoconciencia e identidad, de diferentes clases socioeconómicas, razas, religiones...y que son incapaces de actuar en conjunto de manera organizada para alcanzar sus objetivos, sin embargo; tienen un mismo fin en determinado momento. Por ejemplo, muchas personas que ni siquiera saben que existen unas de otras se sientan frente al televisor a determinada hora del día y diferentes partes del mundo quizá, para ver su telenovela favorita o el noticiero de Joaquín López Doriga. Ahora bien, con este ejemplo, sabremos que un auditorio de masas, compartirá varias o todas las características de un tipo especial de colectividad humana, la masa.

Por otra parte, Harold Laswell dice que las tres actividades más importantes de los especialistas en comunicación y así como los objetivos de ésta son: "1) La supervisión del ambiente, 2) la concordancia de las partes de la sociedad en respuesta a ese ambiente, y 3) la transmisión de la herencia social de una generación a la siguiente". Y agregando una cuarta, entretenimiento, tenemos la clasificación de los objetivos más importantes de la comunicación que actualmente nos interesa. (WRIGHT; 1999:15).

Podemos decir que la supervisión se refiere a la recolección y distribución de la información referente a los sucesos del ambiente, a la vez externo e interno de toda sociedad particular. Corresponde a lo que es concebido como el manipuleo de noticias. Aquí, como actos concomitantes, se incluye la interpretación de la información acerca del ambiente y la prescripción de la forma de cómo reaccionar ante dichos sucesos. Popularmente, esta actividad es en parte conocida como editorial o propaganda.

En cuanto a la transmisión de la herencia social (cultura) se refiere, a la comunicación de la información, valores y normas sociales de una generación a otra o de miembros de un grupo a aquellos que pasan a integrarlo; lo que habitualmente se considera como una actividad educacional.

Finalmente, el entretenimiento se refiere, a los actos de comunicación básicamente entendidos como diversiones, prescindiendo de todo efecto instrumental que pueda tener.

Dentro de lo que es la sociología del auditorio, es importante saber que: la comunicación de masas está dirigida hacia auditorios relativamente grandes, heterogéneos y cuyos miembros son anónimos.

En cuanto a los componentes sociológicos que integran una masa, éstos son cuatro:

1.- Los miembros que la componen pueden provenir de todos los caminos de la vida, y de cualquier capa social: gentes de diferentes clases sociales, profesiones, culturas, género y demás integran la masa.

2.- La masa es un grupo anónimo. Está compuesto de individuos anónimos.

3.- Existe leve interacción o intercambio de experiencia entre los miembros de la masa. Están físicamente separados unos de otros y son anónimos. No tienen oportunidad de mezclarse como lo hacen los miembros de una multitud.

4.- La masa está organizada débilmente y no es capaz de actuar con la armonía ni la unidad que caracteriza a la multitud. Si este concepto de masa se aplica a los miembros de un auditorio, los caracterizará, no sólo en tanto heterogéneos sino también en cuanto anónimos y aislados unos de otros. Son como átomos separados que en conjunto conforman el auditorio de masa.

Habitualmente, acompaña a este concepto de auditorio de masa una imagen de los medios de comunicación actuando directamente sobre los miembros individuales del auditorio, llegando a dichos miembros o no, influyendo o no directamente sobre ellos.

Una vez que el mensaje le ha llegado, la comunicación puede influir en él o no, según sea el mensaje lo suficientemente potente para actuar.

La situación social dentro de la que el individuo está inmerso afecta su selección y respuesta a la comunicación de masas, por ejemplo en el atentado terrorista que sufrieron las torres gemelas, a una persona de clase socioeconómica no le impactó tanto ese acontecimiento histórico como a una persona de clase alta.

Se puede decir también que la gente que vive bajo condiciones sociales y económicas similares tiende a compartir necesidades e intereses semejantes e interpretar sus experiencias en términos parecidos.

La conexión social de un individuo lo provee de una red de comunicación sobre las bases de un contacto personal cara a cara. Los mensajes de la comunicación de masas no siempre llegan directamente a todos los miembros de su auditorio. Primero llega a una capa de la sociedad (líder de opinión o influyente) quienes, a su vez pasan el mensaje oral a aquellas personas que los consultan o lo utilizan en la advertencia o información que ellos pasan al círculo de sus influencias.

Charles R. Wright, en su libro titulado *Comunicación de masas* dice que "los líderes de opinión son individuos que, a través de sus contactos diarios, influyen sobre otros en lo que se refiere a la formación de decisiones y opiniones. La mayoría de la gente adquiere gran parte de su información y muchas de sus ideas a través del contacto personal con los líderes de opinión de sus grupos". Es decir, la información fluye de los medios masivos a los líderes de opinión y de estos al auditorio de masas. (WRIGHT; 1999:20).

Los influyentes locales y cosmopolitas se diferencian también marcadamente en sus comportamientos de comunicación. El medio que cubre un auditorio pequeño puede influir más en la toma de decisión que aquél que cubre un auditorio mayor.

Es por eso que el término "dos pasos", sugiere que algunos (no todos) de los contenidos de la comunicación llegan a los auditorios masivos indirectamente, a través de la función mediadora de los líderes de opinión.

En la actualidad, existe una gran evidencia de que la gente no se limita a escuchar la noticia o mensaje comunicado por los medios masivos, sino que habla sobre eso con sus amigos, parientes, vecinos y compañeros de trabajo, los que de una forma u otra pueden llegar a influenciar de manera directa o indirecta la opinión que tenía el individuo sobre el mensaje recibido.

De los muchos temas en los que se ha interesado la investigación sobre auditorios, tres tienen especial interés sociológico: La relación entre los auditorios de comunicaciones de masas, las características sociales de los mismos y la selectividad en la exposición, es decir, qué tantas características pueden tener en común el auditorio de clases socioeconómicas similares o qué necesidad les interesa a éstos satisfacer para escoger determinado medio masivo.

Las personas que usan frecuentemente un medio utilizan los otros con cierta regularidad y, aquellos que evitan algún medio, tienden a restringir el uso de los otros. Esto es por ejemplo; cuando cierta persona le gusta demasiado la lectura, lógicamente no va a preferir ver la televisión o escuchar la radio y viceversa, si a una persona no le gusta leer libro, se sabe que su preferencia para entretenerse en su tiempo libre va a ser los medios de comunicación.

Existe la evidencia de que los auditorios de los distintos medios masivos difieren significativamente en sus características sociales.

Las preferencias por los programas reflejan, en parte, una característica más general de los auditorios, llamada selectividad en la exposición. La gente selecciona los medios masivos y contenidos que cree serán más interesantes y reforzarán sus puntos de vista, opiniones y experiencias iniciales.

Al parecer, la gente no busca nuevas experiencias en los medios masivos sino la repetición y elaboración de sus viejas experiencias, en las cuales pueden proyectarse más fácilmente.

El análisis de los auditorios masivos vuelve, una vez más, sobre el persistente rol que juegan las variables sociales en lo que se refiere al comportamiento del auditorio.

Ahora que se entiende o al menos se tiene la noción de lo que es la sociología, la comunicación de masas y los derivados de estos dos temas; conviene pasar entonces a estudiar con más detalle lo que es la audiencia y los diferentes tipos de audiencia que existen, lo cual se conocerá en el siguiente apartado de este capítulo.

## 1.1 ¿QUÉ ES LA AUDIENCIA?

Como base de lo que es la audiencia, entre otras definiciones, la primera que tomaremos es la que propone Charles Wright en su libro *Comunicación de masas*, y la cual dice:

“Auditorio: El individuo (si bien es anónimo para el comunicador), rara vez es enteramente anónimo en su ambiente social. Por lo general es miembro de una red de grupos primarios y secundarios, quienes influyen en sus opiniones y actitudes”. (RECANSENS;1998:446).

Otra definición, la propone el sociólogo mexicano Lucio Mendieta y Núñez, que define al auditorio o público como: “un conjunto de personas que se reúnen, por su propia voluntad deliberada, en un lugar previamente escogido, para asistir a un acto que les ha sido anunciado con anterioridad”. Si analizamos ésta definición que es más de un público que de una audiencia podremos llegar a la conclusión de que Mendieta al no mencionar que las personas son anónimas y demás, se pierde un tanto el sentido de un auditorio masivo (en nuestro caso), refiriéndose más a lo que es un público. Y cabe señalar que su definición la da para un público o auditorio. Sin embargo si se toma como definición de lo que es la audiencia, es válida pero para un auditorio relativamente pequeño como en un teatro, un concierto... pero no para un auditorio de masas. (RECANSENS;1998:446).

En el caso del estudio de esta tesis, se puede afirmar, que casi el 100% de la audiencia cinematográfica, siempre va a ser totalmente anónima para el emisor, ya que el cineasta tiene la idea de hacia quién o hacia qué tipo de cinéfilo va dirigida la película, se llega a dicha afirmación al decir que el emisor no conoce directamente a su público, no tiene ninguna relación personal con él, sin embargo; el público no puede ser enteramente anónimo entre sí porque un individuo rara vez entra sola a una sala cinematográfica, por lo regular siempre va acompañado de otras personas; la novia (o), los amigos, sus papás, etc.

El auditorio es una muchedumbre pacífica, que se reúne en un determinado lugar y que persigue un fin común, siendo todos los integrantes anónimos.



Los componentes de los miembros de un auditorio, según Mendieta son:

- Los miembros acuden deliberadamente.
- No están organizados entre sí, pero sujetos a cierto orden, se subordinan a la organización del acto al cual concurren.
- No es el auditorio el que está organizado como tal, sino el espectáculo al que acuden sus miembros.
- Los integrantes no desempeñan ninguna función grupal diferenciada, ni tienen jefe, ni actúan con el propósito de realizar un fin de conjunto.
- Los miembros cumplen los requisitos fijados para obtener su admisión, penetran en el recinto ordenadamente, aceptando la organización material, momentánea, impuesta por un grupo que le es extraño: la empresa.

Existe también una clasificación de conglomerados que menciona Fitcher y que es conveniente estudiar con la finalidad de que quede más claro lo que se entiende por audiencia y así evitar cualquier uso erróneo de ésta palabra.

#### CLASIFICACIÓN DE LOS CONGLOMERADOS DE FITCHER

(Cfr. Apuntes de Sociología del 4° Semestre de la carrera).

- a) "Multitudes: Conglomerados pacíficos, no excitables, amorfos. Cada uno está por razones individuales, diferentes".
- b) "Turbas.- Conglomerados desordenados, excitables sin control. Aquí surgen líderes naturales o momentáneos. Hay una razón común para que una multitud se convierta en una turba". Estas razones son:
  - Sentimientos raciales: Ejemplo.- La película de Misisipi en llamas.

- Explotación económica: Ejemplo: Revolución de 1910. Tienen un líder formal, que lucha por los intereses del pueblo, lucha por liberarlos de la esclavitud a la que eran sometidos por los españoles.
  - Levantamientos políticos: No mueve multitudes. Ejemplo: La Huelga Nacional de Universidades.
  - Sentimientos religiosos: Ej. Película 'Canoa'.
  - Actos delictivos: DF. Pasajeros de un pesero, matan a un asaltante que intentaba robar.
  - Otros: Por ejemplo los deportes, etc.
- c) "Auditorios": Son clasificables según la intensidad de la reacción. Según la cultura. Son pasivos. Hay una razón común que los reúne, aunque pueden actuar físicamente desbalagados. Surge de los medios de comunicación". Ej. Un concierto. Es una reacción física o emocional ante un estímulo común.
- d) "Manifestaciones públicas o mítines": Hay una razón común para la reunión. Son activos por una razón colectiva. Hay organización, planeación. Existen líderes oficiales o naturales. Acción colectiva (lo que hago junto con el otro), no social (lo que hago hacia el otro). Los lazos de unión son débiles". Ejemplo: Las ya tan frecuentes manifestaciones por parte del sector magisterial en esta Ciudad.
- e) "Reuniones": Pueden ser políticas, religiosas o civiles".
- f) "Conglomerados residenciales": No tienen sentido comunitario. Son urbanos".

- g) "Conglomerados funcionales: Son ciertas zonas de la ciudad donde se reúnen conglomerados para un fin común. Comparten territorios en torno de una función". Ej. Los comercios ambulantes o informales.

En lo que se refiere a la persona y el conglomerado, estas tienen varias características:

- Todas, necesariamente en algún momento formamos parte de un conglomerado, ya sea en la iglesia, en un concierto o simplemente en la Universidad.
- Dentro de un conglomerado, la persona carece de status. En un conglomerado lo único que importa es el fin común; por lo que todas las personas se encuentran reunidas en ese lugar y a una determinada hora, por lo tanto, ya que no importa otra cosa en particular, no importa el nivel socioeconómico que éstas tengan.
- Existen pautas de comportamiento que las personas acatamos como parte de los conglomerados sociales. Ej. Normas sociales, comportamientos culturales. En la Iglesia, una persona no se va a poner a cantar la canción de "Suerte" de Shakira porque está contenta de sentir la presencia de Dios ya que las normas sociales no le permitirían tener ese comportamiento.
- En los conglomerados se manifiesta más un comportamiento colectivo que social. El comportamiento de las personas es simultánea o análoga hacia los otros. (Tiene que ver con contacto y comunicación). Por ejemplo en un concierto de rock, si la mayoría empieza a saltar, es obvio que los otros van a hacer lo mismo como parte colectiva de ese conglomerado.
- La persona tiende a perder su identidad en el conglomerado social. Volviendo con el concierto de rock. Un individuo solo, nunca se pondría a saltar y estar gritando, pero ya que está en el concierto lo hace porque en ese momento todos lo están haciendo, ahí no se ve si uno o más están haciendo el ridículo o no, es por eso que se pierde la identidad.

- La responsabilidad social disminuye en los conglomerados sociales y el individuo subordina su responsabilidad a la actividad colectiva.
- El espíritu de la multitud es contagioso. La multitud contagia de buenas o malas energías a otras personas, al motivarlas a hacer lo mismo.

Es de suma importancia dejar en claro también la diferencia que existe entre lo que se refiere a los grupos y asociaciones, para no llegar tampoco a confundir cualquiera de estas dos con una audiencia.

Entonces podemos definir como grupos a todos aquellos seres humanos con relaciones recíprocas y sus características son:

- Identificable: Por sus miembros y la gente externa. Ejemplo: La Universidad Vasco de Quiroga.
- Con estructura social: Al interior del grupo (escala de autoridad). Rector, directores, maestros, alumnos, etc.
- Cada miembro cumple un rol social. El profesor imparte conocimientos y los alumnos aprenden.
- Debe haber conducta y comunicación: Sistemas de comunicación.
- Tiene normas de comportamiento: Explícitas (Alcohólicos anónimos) e Implícitas (Familia).
- Intereses y valores comunes
- Con un propósito

- Permanencia relativa. Los estudiantes permanecen en la Universidad, solamente hasta el día en que se gradúan.

Por otro lado un grupo Social va a ser la combinación de todos los grupos que existen en ella. En una sociedad los grupos se distinguen por sociedad, mientras que en el mundo se distinguen por sus culturas.

En cuanto a la clasificación de los grupos, existen:

- Por bases comunes: a) Ascendencia común: Familia b) Proximidad territorial: Se forman al ocupar un territorio común: Barrios, aldea... c) Por sus características físicas: Voluntario u obligado. d) Comunidad de interés: Se reúnen en torno a objetivos comunes: CANACO, SNTE, CANACINTRA, COPARMEX, SECTUR, etc.
- Por funciones sociales: Comparten las necesidades sociales básicas y universales. a) Básicas: Familiares, educativas, económicas, religiosas, políticas y de entretenimiento (Necesidad de recreo y descanso).

Habiendo dejado en claro lo que es el auditorio, conviene entonces saber los tipos de auditorio que existen, así como también algunas características más específicas del mismo.

## 1.2 TIPOS DE AUDIENCIA.

Para empezar este último punto que concierne a este capítulo número uno, señalaremos las características específicas de un auditorio, tomando como referencia las que propone el sociólogo Mendieta.

- “Está constituido por un número determinado de personas (que pueden conocerse exactamente por estadística)”.
- “Adquiere la apariencia objetiva de un conjunto perfectamente delimitado.” Se dice que es delimitado porque no todas las personas en general se interesan por un mismo espectáculo.
- “Es un conjunto ordenado”. El auditorio, no está en capacidad de formar turbas u otras manifestaciones delictivas por el gran número de personas que lo conforman y que no se conocen entre sí.
- “El individuo que forma parte de un auditorio, en vez de sentirse despersonalizado en el seno de una muchedumbre anónima, sin responsabilidad y sin frenos, tan solo se siente hasta cierto punto cohibido por la presencia de los otros circunstantes que ejercen sobre él una coacción social, presionándole para que guarde alguna compostura”. Conviene mencionar nuevamente el ejemplo del concierto en donde el individuo se ve en cierta forma presionado por los demás concurrentes para hacer lo que los demás hacen.
- “Los individuos que componen un auditorio concuerdan en un propósito semejante, es decir, en sentir un interés por el acto que van a presenciar.
- El auditorio es un excelente medio conductor de emociones, pero canalizadas por la interacción de los circunstantes”. Si volvemos con el concierto, es ejemplo magnífico, al darse cuenta que las emociones de la multitud se transmiten de unos personas a otras.

- “Entre los actores del espectáculo y el auditorio se establece una corriente recíproca de acciones y reacciones psicológicas”. En una representación dramática o artística, los artistas suscitan emociones en el auditorio y las emociones de éste, a su vez, reobran sobre los artistas exaltando sus facultades.
- A cada espectáculo o acto corresponden características específicas en el auditorio, tanto a lo que se refiere a la composición de éste, como en lo que atañe a su comportamiento”. Así, son diversos los auditorios o públicos de una conferencia académica, un espectáculo teatral de alta calidad, una función de circo, una corrida de toros o un partido de fútbol, entre otros. (RECASENS;1998:446).

Ahora bien, según McQuail, y lo que nos interesa principalmente en este punto, la audiencia tiene varias concepciones: (Cfr. McQUAIL; 1991: 186-191)

1.- La audiencia como agregado de espectadores, lectores, radioescuchas y telespectadores:

Se puede decir que este tipo de audiencias es el más común, ya que su tamaño es un cuanto grande. El contenido o mensaje de estos medios alcanza a un cuantioso número de personas, sin dejar a un lado las características demográficas que le interesan al emisor, pero sin llegar a ser todavía una masa.

Clausse en 1968, dentro de este primer tipo de audiencias, planteó algunas complejidades que se presentan al distinguir los diversos grados de participación y atención de las audiencias: La primera, es la que cuenta con mayor audiencia, es decir, la población que tiene un mayor acceso a recibir una mayor oferta de comunicación. Por ejemplo, los que tienen televisión, de cierta manera serían la audiencia de la televisión, los que tienen radio, corresponderían a la audiencia de la radio y así sucesivamente.

La segunda complejidad, es aquella audiencia que recibe lo que los medios ofrecen; los receptores de televisión comunes, los compradores habituales de periódico, etc.

Una tercera, es aquella audiencia que registra el contenido que recibe y una parte todavía menor, que analiza, por llamarlo de alguna forma, lo que le ofrecen los medios y lo que recibe de los mismos.

En la actualidad, los medios masivos de comunicación se encuentran tan preocupados de tener el mayor número de audiencia posible (rating), que realmente ya no se preocupan por comunicar algo de interés, sino simplemente están entreteniéndolo al receptor.

## 2.- La audiencia como masa:

Este tipo de audiencia es realmente demasiado grande, disperso, heterogéneo, anónimo, tiene una gran ausencia de organización social y está compuesta de manera efímera e incoherente. Raymond Williams, dice que "los medios de comunicación se juzgan porque cuanto mayor y más instantánea sea la audiencia, mayor es su significación social", y que "la audiencia, cuanto más se aproxima a ser una masa, inferiores serán su cultura y su gusto", lo cual es muy cierto, ya que por lo que se ha estudiado hasta este momento, una masa carece de estrato social, económico y cultural, por lo que en una masa, puede haber de todo tipo de personas que en la mayoría de las ocasiones no les interesa aumentar su nivel cultural, sino como comúnmente se dice, lo que buscan es "pasar el rato" entreteniéndose con lo que sea.

## 3.- La audiencia como público o grupo social:

Aquí se dice que la base de esta audiencia es la preexistencia de un grupo social activo, interactivo y en gran medida autónomo, al cual sirve un medio de comunicación en específico, sin embargo el individuo no es exclusivo de algún medio en especial, sino que hay la posibilidad que en algún momento cambie a otro.

En este punto se dice que la audiencia se subdivide a su vez en tres: la primera es la que tiene una mayor vida política y social y que tiende a ser un público informado, que busca a través de muchas fuentes, todo tipo de información.



La segunda, es cuando muchos países tienen algún elemento de la prensa de partido, una prensa que tiene conexiones políticas con los grupos de lectores; público que es tomado como una audiencia. Y la tercera, son las audiencias locales o de la comunidad que reciben mensajes de tipo escrito (prensa local).

#### 4.- La audiencia como mercado:

Se dice, que esta audiencia ha sido concebida como tal a partir de los avances económicos que han surgido en los últimos años. En síntesis, surge con la aseveración que hace McQuail, al decir que el producto que los medios de comunicación ofrecen al público es una mercancía o servicio que está a la venta del público consumidor y que a la vez está en continua competencia con los otros medios masivos de comunicación. Aquí la audiencia, es un conjunto de consumidores potenciales del servicio que ofrece el medio y al cual se dirige cierto tipo de publicidad.

El vínculo que tienen los medios de comunicación con la audiencia es meramente de productor-consumidor. Para éstos es de poco interés las relaciones sociales internas de la audiencia, ya que los ve como un grupo igual de consumidores. Las personas no se sitúan ellas mismas como mercado, sino que son los medios las que les dan ese rol específico.

McQuail, afirma que la audiencia de mercado es "un agregado de consumidores potenciales, con un perfil socioeconómico conocido, al que se dirige un medio de comunicación o mensaje".

## 2.- TEORÍA DE USOS Y GRATIFICACIONES

Hoy en día los medios masivos han pasado a formar parte de nuestra vida cotidiana, no nos podemos escapar de tener algún tipo de contacto con ellos. Si vamos en una combi, escuchamos la radio, si vamos caminando nos encontramos con puestos de periódicos... en la actualidad preferimos ver televisión que charlar un rato con la familia. Todos esos deseos escapistas los realizamos a través de algún medio masivo. Cada vez que queremos satisfacer alguna necesidad, la mayoría de las veces lo hacemos a través de los medios de comunicación.

"El significado del consumo de los medios no es evidenciable únicamente por el análisis de su contenido o por los parámetros sociológicos tradicionales con los que se describe al público. Algunas de las razones que llevan al consumo de comunicaciones de masas no implica ninguna orientación respecto a la fuente representada por el emisor, sino que sólo tienen significado en el mundo individual del sujeto que forma parte del público (WOLF; 1999:85)".

Antes de empezar con este capítulo, cabe destacar que de acuerdo con lo que dice José Carlos Lozano Rendón y otros autores, en América Latina han sido muy pocas las investigaciones realizadas desde este enfoque. En nuestro País y fuera de varias tesis de licenciatura realizadas a fines de los años setenta, muy poco se ha estudiado de esta corriente.

Varios teóricos e investigadores coinciden en señalar que los inicios de esta teoría se remonta a la década de los cuarenta, cuando la investigadora Herzog realizó un estudio sobre el por qué las amas de casa escuchaban radionovelas, lo cual concluyó en que lo hacían por tres cosas: escape emocional, para obtener sugerencias y así enfrentar ciertos problemas de su vida y por deseos de experimentar lo mismo que los protagonistas.

Sin embargo Mauro Wolf dice que se pueden identificar tres estudios que anticipan la elaboración de la teoría de usos y gratificaciones. "El primero que realizó Berelson también en la misma década sobre la función y los efectos de la lectura, que dice que el análisis de su difusión y de sus características debería reflejar los usos de la lectura que influyen las relaciones sociales, asegura que leer tiene una influencia social siempre que responda a las preguntas de determinados grupos, de una forma que incida sobre sus relaciones con otros grupos sociales.

El segundo estudio, también de Berelson, pero en 1949 trata sobre las reacciones de los lectores de periódicos durante una huelga de la prensa en Nueva York, que dice que las funciones desempeñadas por la prensa señaladas por los lectores como las más importantes son: informar y ofrecer interpretaciones sobre los acontecimientos, constituir un instrumento esencial en la vida contemporánea, ser una fuente de relajación, atribuir prestigio social, ser un instrumento de contacto social y constituir una parte importante de los rituales de la vida cotidiana.

Por último, el tercer estudio que realizó Lasswell en 1948 habla sobre las tres funciones principales desarrolladas por la comunicación de masas y que son: proporcionar informaciones, proporcionar interpretaciones que hagan significativas y coherentes las informaciones y expresar los valores culturales y simbólicos propios de la identidad y de la continuidad social, Mientras que Wright 1960 añade la de entretener al espectador ya que dice que evade de la realidad, de su vida social a la persona que tiene contacto con algún medio de comunicación". (WOLF; 1999:79-80).

Después de saber un poco sobre los orígenes de la Teoría de Usos y Gratificaciones, debemos concentrarnos en lo que es este enfoque, pero por el momento debemos saber qué es esto desde la perspectiva de algunos teóricos.

En el libro de *Teoría e investigación de la comunicación de masas*, José Carlos Lozano Rendón dice que: "el punto de partida de usos y gratificaciones es la creencia de que los individuos seleccionan y usan diferencialmente los medios de comunicación para gratificar o satisfacer las necesidades que experimentan". (RENDÓN; 1996:184).

"El receptor es también un iniciador, tanto en el sentido de dar origen a los mensajes de retorno, como en el sentido de realizar procesos de interpretación con un cierto grado de autonomía. El receptor actúa sobre la información de la que dispone y la usa (McQuail, 1975:17)".

Apoyando estas líneas anteriores de McQuail, se debe decir que esto se ve muy claramente en el cine y en cualquier medio de comunicación en general, porque siempre el público será quien haga que una cinta cinematográfica sea exitosa o sea un rotundo éxito; ya que es el público el que va a dar "origen" a la información final de las películas al recomendarlas o no a otras personas, dependiendo de las gratificaciones que estas le generen.

A lo largo de este capítulo, nos podremos adentrar un poco en todo lo que se refiere a la teoría de usos y gratificaciones, con la finalidad de que más adelante podamos entender a la perfección los usos que hace la gente con el cine y las gratificaciones que obtiene de este.

Pero, antes que nada debemos dejar en claro lo que entendemos por usos y gratificaciones, para lo cual tomaremos como base lo que dice Miguel de Moragas en su libro titulado *Sociología de la comunicación de masas II. Estructura, funciones y efectos*; "El enfoque de usos y gratificaciones toma como punto de partida al consumidor de los medios, más que los mensajes de estos, y explora su conducta comunicativa en función de su experiencia directa con los medios. Los miembros del público hacen uso de los mensajes y que esta utilización actúa como variable que interviene en el proceso del efecto. Este enfoque aporta una perspectiva más amplia para la exploración de la conducta individual frente a los medios, al unirla a una búsqueda continua de las formas en que los seres humanos crean y gratifican las necesidades." (MORAGAS; 1986:129).

En relación con lo anterior, Merton en 1982 dice que el efecto de la comunicación de masas es entendido como consecuencia de las gratificaciones a las necesidades experimentadas por el receptor: "los medios son eficaces si y cuando el receptor les atribuye dicha eficacia, sobre la base justamente de la gratificación de las necesidades. Dicho de otra forma, la influencia de las comunicaciones de masas sería incomprensible si no se considera su importancia respecto a los criterios de experiencia y a los contextos situacionales del público: los mensajes son disfrutados, interpretados y adaptados al contexto subjetivo de experiencias, conocimientos y motivaciones".

Por otra parte, Mauro Wolf en su libro de *La investigación de la comunicación de masas. Crítica y perspectivas*, dice que: "El uso de los medios está destinado a un fin, es una actividad racional de persecución de una finalidad, es decir, la elección del mejor medio para satisfacer una necesidad. Es el receptor el que determina si habrá o no un real proceso comunicativo". (WOLF;1999:86).

Por lo tanto, ahora entenderemos que el público receptor es el que siempre decidirá qué medio (en nuestro caso) qué película entrar a ver esperando recibir de esta algún tipo de gratificación, sabiendo de antemano que va a escoger la película dependiendo de la necesidad de que quiera satisfacer, así como el momento o estado de ánimo en que se encuentre, entre otras variables.

McQuail, Blumler y Brown, dicen que las personas seleccionan consumir determinado medio, de acuerdo a sus necesidades, percepciones, papeles y valores individuales y con el contexto social en el que se encuentra, justo como he mencionado en el párrafo anterior. (MORAGAS; 1986:139):

En relación con lo que dice Katz, Gurevitch y Haas, podemos decir que la gente tiene (en cierta forma) jerarquizados los medios dependiendo de las gratificaciones que estos les puedan dar. No todas las personas, si lo que buscan es diversión, van a ver la televisión, no todas van a ir al cine, al teatro, a un concierto..., cada persona a lo largo de su vida le va a ir dando más importancia a unos medios que a otros de acuerdo a las experiencias derivadas de los mismos.

Una cosa muy importante que no se puede dejar de mencionar es que como dice Miguel de Moragas, que un mismo conjunto de atributos de los medios puede servir a una multiplicidad de necesidades para el público, es decir, un solo medio va a tener una amplia gama de gratificaciones que ofrecer a las personas que acudan a él.

Habría que saber también que los medios masivos no son la única fuente por la cual las personas pueden satisfacer necesidades, sino que también hay diferentes alternativas como ir al teatro, escuchar música, leer un libro, asistir a un partido de baloncesto, etc. Aquí en Morelia por ejemplo y en este caso, enfocándonos en nuestra investigación, nos podremos dar cuenta que en la ciudad existen muy pocas alternativas de entretenimiento, por lo cual podemos casi afirmar que es por eso que la mayoría de la gente decide ir al cine, teniendo en cuenta que tampoco hay mucha oferta cinematográfica en nuestra Ciudad, siendo que Morelia se ha vuelto un total monopolio de Organización Ramírez por lo mismo algunas otras organizaciones que han tratado de ingresar al mercado cinematográfico en la Ciudad y que en muchas ocasiones traen una muy buena oferta, han durado muy poco debido a dicho monopolio.

Dichas alternativas las corrobora Wolf al decir que cada sujeto tiene una cierta posibilidad de elección en el área de productos comunicativos disponibles y de los comportamientos socialmente aprobados que no precisamente son de los medios masivos.

"Las conexiones entre satisfacción de la necesidad y la elección del medio de comunicación al que exponerse está representada como una opción del destinatario en un proceso real de adecuación de los medios disponibles a los fines perseguidos" (Mauro Wolf; 1999:86).

Es muy cierto también que los medios te quitan o te limitan la oportunidad de tener otras formas de comunicación como; comunicación intrapersonal, interpersonal, grupal y demás, así como también te limitan la capacidad de pensar, de imaginar y sobre todo la televisión y el cine que ya te muestran todo tal y como son las cosas, no te permiten entonces hacer uso de la imaginación como lo dice también Giovanni Sartori en su libro del *Homo Videns*, que aunque no tiene nada que ver con el enfoque de usos y gratificaciones, pero autores de dicha teoría hablan sobre esto.

Las gratificaciones que recibe el público de los medios son: el contenido de estos, la exposición ante ellos y el contexto social que tipifica la situación de exposición ante medios diferentes.

Es preciso señalar que también pueden intervenir factores sociales en la generación de necesidades vinculadas con los medios:

- 1.- La vida cotidiana produce un cierto nivel de stress, tensión...en la persona, lo cual la conlleva a buscar en los medios una fuga de sus tensiones.
- 2.- La vida cotidiana también exige una cierta atención a problemas laborales, familiares... y el individuo puede buscar algún tipo de información en los medios que le brinden una solución.
- 3.- Muchas veces en el lugar en que reside la persona, (por ejemplo, aquí en Morelia), como ya mencione en párrafos anteriores, existen muy pocas opciones de entretenimiento, información, etc., es por eso que el individuo busca satisfacer sus necesidades a través de los medios.
- 4.- La situación social hace surgir ciertos valores, cuya afirmación y refuerzo son facilitados por el consumo de materiales adecuados en los medios.
- 5.- Dentro de la interacción entre grupos sociales en la que se desenvuelve el individuo, existe cierta familiaridad con respecto a los medios de comunicación. Podemos ejemplificar con los líderes de opinión los cuales buscan reafirmar o reforzar ciertas actitudes que tienen que ver con los mensajes emitidos de los medios, es decir, al tomar la decisión de entrar a ver cierta película, en muchas ocasiones esa decisión se ve influenciada tal vez por el actor (actriz), el género cinematográfico... pero sobre todo por las recomendaciones que nos han hecho personas allegadas o no a nuestra vida o mejor dicho lo que se conoce como los

líderes de opinión, los cuales reciben de forma directa los mensajes de los medios y estos a su vez se encargan de darlos a conocer a otras personas que tal vez no recibieron el mensaje o simplemente para complementar esa información parcialmente recibida.

“Las necesidades que los medios masivos satisfacen son: a) necesidades cognoscitivas {adquisición y refuerzo de los conocimientos y de la comprensión}, b) necesidades afectivas estéticas {esfuerzo de la experiencia estética, emotiva}; c) necesidades integradoras a nivel de la personalidad {seguridad, estabilidad emotiva, incremento de la credibilidad y del status}; d) necesidades integradoras a nivel social {refuerzo de los contactos interpersonales, con la familia, los amigos, etc.} y e) necesidades de evasión {relajación de las tensiones y de los conflictos, afirman los investigadores Katz-Gurevitch-Haas” (WOLF; 1999:81).

Estos mismos teóricos, dicen también que cada uno de los medios parecen ofrecer una combinación singular de: Contenido característico ( o por lo menos percibido típicamente como tal); atributos típicos ( la letra impresa, los modos de transmisión, la representación icónica, la simbólica, la lectura, los modos auditivos o audiovisuales de recepción) y situaciones típicas de exposición (en el hogar o fuera de él, sólo o con otros, con control sobre los aspectos temporales de la exposición o con la carencia de tal control), es decir, que el tipo de combinaciones de atributos que pudieran hacerse, podrían lograr que diferentes medios masivos de comunicación fueran más eficientes que otros en la satisfacción de diferentes necesidades de las personas, serían más gratificantes que otros.

De acuerdo con lo que dicen estos autores, cualquier medio masivo de comunicación satisface diversas necesidades. Si una persona quiere satisfacer una necesidad de entretenimiento, es lógico que va a acudir al cine, va a ver una telenovela, etc., si lo que quiere es estar informado de lo que acontece en el país o en el mundo, va a ver o a escuchar los noticieros o simplemente va a comprar el periódico, es decir, dependiendo de la necesidad que quiera satisfacer así va a elegir el medio que tenga los atributos necesarios para hacerlo.

Por otro lado, McQuail, Blumler y Brown (1972) proponen una tipología que se compone de las siguientes categorías: diversión (incluyendo la huida de las restricciones de la rutina, escape de la carga de problemas y liberación emocional), relaciones personales (incluyendo la compañía sustituta así como la utilidad social), identidad personal (incluyendo la referencia personal, la explotación de la realidad, el esfuerzo de valores) y la vigilancia del entorno.

En otros términos, el receptor es el que va a decidir qué hacer con el medio y sobre todo con la información que reciba de este. La persona va a tener en sus manos la información y ella decidirá el uso adecuado sobre el mensaje. En repetidas ocasiones hemos escuchado que los medios han causado pánico inclusive a nivel mundial sobre algún acontecimiento o que han llevado a la ruina a personas famosas... pero en realidad, los medios se concretan a hacer de conocimiento público la noticia, siendo que nosotros como público receptor somos los que decidimos hacer un total caos de ese mensaje y demás. Los medios no son los que imponen los beneficios o consecuencias que tendrá el mensaje sino el público. "Ni siquiera el mensaje del más potente de los medios puede normalmente influenciar a un individuo que no se sirva de él en el contexto socio-psicológico en el que vive" (Mauro Wolf, 1999:78).

La exposición ante los medios constituye, un conjunto de alternativas funcionales para la satisfacción de las necesidades, lo que puede ser comparado, en principio, con la función de otras búsquedas de actividades recreativas. Las gratificaciones pueden ser derivadas no sólo del contenido de los medios, sino del propio acto de exposición ante un medio dado, así como el contexto social en el que ese medio es consumido.

Mauro Wolf, en su libro de la *investigación de comunicación de masas: crítica y perspectivas*, después de ejemplificar una parte de la teoría de usos y gratificaciones, de acuerdo al ejemplo; dice que los espectadores de televisión y que en nuestro estudio sobre el perfil de los consumidores de cine mexicano aquí en Morelia sería casi lo mismo, tienen que llevar a cabo dos decisiones: la primera y la más importante es ver o no la televisión, que en nuestro caso sería: decidir ir o no al cine a ver una película y la segunda es qué ver, en nuestro caso; qué película entrar a ver. Estas dos decisiones que se toman además de ser muy ciertas, son demasiado importantes ya que a pesar de la necesidad que busquen satisfacer a través de cualquier medio, siempre tendrán que resolver antes que nada, estas dos sencillas cuestiones.

Conviene ahora hacernos la pregunta que es objeto de análisis de diversos autores y así como también de José Carlos Lozano Rendón en el libro de *Teoría e investigación de la comunicación de masas: "¿Qué hace la gente con los medios?"*. Cualquier medio va a cumplir una serie diferente de funciones, dependiendo del uso que le dé cada persona". (RENDÓN; 1996:183). Pero, en concreto ¿qué hace la gente de Morelia con las pocas ofertas cinematográficas que existen en la Ciudad?, ¿Qué uso le dan? Y ¿Qué gratificación (es) obtienen de las películas que continuamente se están exhibiendo en los diferentes complejos de cine? Ningún medio masivo, por más poderoso y persuasivo que este sea puede influenciar totalmente a una persona, al contrario; el individuo va a ser el que decida qué hacer con este medio.



De acuerdo a lo que dice Wolf, Moragas también corrobora el hecho de decir que las personas tenemos distintas alternativas de satisfacer necesidades y que no son precisamente a través de los medios masivos de comunicación, ya que cualquier medio constituye simplemente otra de tantas alternativas (practicar fotografía, escuchar música, leer, dibujar, etc.).

Moragas afirma también que la concepción que se tiene del público es activa porque dice que el público es el que decide qué quiere y que no quiere obtener de los medios, por lo tanto, el receptor selecciona los mensajes emitidos por cualquier medio y que quiere hacer de su conocimiento, es por eso que se afirma que el consumo de los medios tiende a ser una respuesta a las necesidades sentidas por el público receptor al esperar recibir alguna satisfacción del medio que este escoja para cualquier fin. Cuando nosotros estamos viendo una cartelera cinematográfica nos damos cuenta de qué película quisiéramos ver simplemente por la portada de esta, un ejemplo más claro es en un video club cuando leemos al reverso del cartucho la sinopsis de la película y si nos llama la atención la rentamos sino leemos la sinopsis de alguna otra y en base a esto decidimos cuál rentar.

Se dice también que los medios de comunicación compiten con otras fuentes de satisfacción de necesidades (teatro, libros, conciertos...), aunque puedo decir que no solamente compiten con otras fuentes sino también entre ellos mismos, puesto que lo que les interesa es satisfacer lo más posible las necesidades del público con la finalidad de tener la mayor audiencia y así elevar su rating para estar sobre los demás medios. Bien dicen que los medios antes de informar son una empresa, una organización lucrativa que paso a paso busca obtener una utilidad.

Varios escritores de cultura popular aseguran que los medios van a restringir una información beneficiosa hacia el receptor ya que lo que los medios proporcionan son deseos escapistas que el público tiene y que busca satisfacer, pero al llevarlo al enfoque de usos y gratificaciones, queda claro que el individuo va a escoger a través de qué medio quiere satisfacer la necesidad que tiene en ese momento, por lo tanto; los medios no solo les proporcionan deseos escapistas sino una diversa gama de opciones que la persona elige. Dicen que por servir principalmente a deseos escapistas, el público queda privado de los usos más beneficiosos que podrían darse a la comunicación de masas.

Existe la necesidad de clarificar las complicadas relaciones que supone el medir la prominencia e importancia que tenga para la gente su utilización de la comunicación de masas para diversos propósitos:

- “la relativa conciencia de las necesidades
- la relativa importancia de diferentes necesidades en diferentes circunstancias y en diferentes momentos
- las relativas oportunidades de satisfacer necesidades con recursos ajenos a los medios
- la relativa vinculación de necesidad-satisfacción en fuentes de los medios.
- valoraciones de las capacidades de los diferentes medios, o diferentes contenidos para atender a las necesidades y,
- las relativas cantidades de tiempo invertidas en los medios”. (MORAGAS; 1986:164).

Con estos puntos anteriores que señala Moragas, nos damos cuenta de que, lo que hemos venido diciendo a lo largo de este capítulo es muy cierto ya que el espectador o la persona, lo primero que debe saber es que tiene una o varias necesidades que quiere satisfacer en total plenitud, después jerarquizar esas necesidades y de este modo ir las eliminando de acuerdo a las diferentes opciones que tiene por otros medios que nos sean precisamente de comunicación para hacerlo y si no, pues hacerlo a través de los medios masivos.

“La actitud selectiva del receptor, que en los primeros estudios era considerada casi como un factor de interferencia y responsable de la aparente ineficiencia de la comunicación de masas es revalorizada, al ser considerada premisa para los efectos” (Schulz, 1982). A estas alturas, puedo decir, que si la persona no es capaz de escoger por ella misma los medios de que puede hacer uso para satisfacer sus necesidades, entonces el medio no le dará la gratificación que esta espera de él, porque si en un momento dado nos dicen estrictamente qué medio ver o escuchar y a nosotros no nos llama la atención, es seguro que no nos va a dar ninguna gratificación.

Dado que los consumidores utilizan los medios con una variedad de necesidades y de predisposiciones, toda identificación precisa de los efectos producidos por el cine (en nuestro caso) debe identificar los usos del cine que consiguen los diversos tipos de espectadores.

Por otro lado, Enzenberger en 1972, en uno de sus estudios señala que la cámara cinematográfica de 8 milímetros puede satisfacer los impulsos recreativos y creativos del individuo y colaborar a la unión de la familia, mientras divide y despolitiza simultáneamente a la sociedad. Ante esto, estaremos de acuerdo de que a pesar de que este estudio de dicho investigador no es muy reciente, hoy en día el cine es un medio por el cual se llega a unir de cierta manera a la familia, cuando ésta acude en conjunto a una sala cinematográfica a presenciar una película. Pero, a pesar de que toda la familia va en grupo, el cine les restringe la comunicación verbal entre ellos al estar solamente sentados y en silencio frente a una pantalla, observando lo que pasa en ésta. (MORAGAS; 1986:158).

### 3.- HISTORIA DEL CINE

Por cine entenderemos a la animación de una serie de objetos inanimados que mediante este proceso cobran movimiento.

El lector de ésta tesis podrá observar que a lo largo del presente capítulo casi no se mencionan citas bibliográficas, debido a que fue un exhaustivo resumen realizado a partir de varias fuentes, por lo cual si es de su interés, deberá confrontarlo con lo siguiente:

(Cfr. éste capítulo: *Enciclopedia Encarta 2002*, CD-Room interactivo *La gran Historia del Cine*, CD-Room Interactivo *Grandes Directores*, CD-Room Interactivo *El séptimo arte*, Apuntes de la materia de *Desarrollo de los medios de Comunicación* de 5° Semestre de la carrera, ROMAGUERA;1999:71-72, [www.cinemundial.com](http://www.cinemundial.com)).

#### 3.1 CINE MUNDIAL

El cine en sus primeras etapas era en blanco y negro, no tenía sonido; todo se expresaba a través de la actuación corporal de los actores, es lo que se conoce como cine mudo.

El cinematógrafo de los hermanos Lumiere, fue la etapa técnica que tuvo el mayor acierto en la historia del cine.

Charles Paté, quien viajaba por Francia llevando el *fonógrafo*, comenzó a industrializar el cine haciendo una gran cantidad de producciones para después poner sus estudios en Vincennes (Francia) y su empresa a la cual llamó *Pathe-Freres*. Se apoyó en un director llamado Zecca con quien empezó a realizar sus producciones.

Cada ciudad industrial de Inglaterra contaba con sus propias formas de diversión tales como los music hall, mientras que sus contrapartes en otros países

eran: el café concerts en Francia, los smokings concerts y los vaudevilles en Estados Unidos de América.

Hacia 1905, en la ciudad de Pittsburg dos empresarios de espectáculos rentaron una tienda en un barrio popular para exhibir "El gran robo al tren", una película de E. S. Porter (1903) y asediada por el público obrero, se tuvieron que dar representaciones permanentes de ocho horas, con concesiones de media hora aproximadamente.

Tiempo después y al igual que la fiebre de oro, se desencadenó una carrera tras los niqueles que cobraban un nique por entrar a ver la película.

Después del éxito de Pittsburg, esas empresas comenzaron a multiplicarse, las cuales recibieron el nombre de Nickel Odeons. Los Nickel Odeons, extraían a su clientela de las capas más pobres de la sociedad y sobre todo de emigrantes, en este último caso, el éxito recibía en el impedimento de estos emigrantes en frecuentar otros espectáculos (teatro por ejemplo), por la barrera idiomática.

Muy pronto estos Nickel Odeons empezaron a imitar a las grandes cadenas de tiendas para establecerse en circuitos, en los que destacan los nombres de grandes distribuidores como: Fox, Laemmle, Zukor y Warner, entre otros.

Por otra parte, Estados Unidos contaba con diez salas cinematográficas a principios de 1905 y a finales de 1909 ya había cerca de diez mil.

Monopolizador durante mucho tiempo, Edison había seguido de cerca el éxito de la producción europea y comenzó a trabajar con él, Edwin Nickel Odeons quien llegó a ser el director de sus estudios. Según algunos autores, éste realizador fue el único que produjo obras de valor en los Estados Unidos.

Después de estos acontecimientos, surgen nuevas empresas productoras: la Biograph y la Vitagraph. La Vitagraph estaba dirigida por Stuart Blackton quien fue durante mucho tiempo el único director de escena, poco después de 1905, ésta empresa construyó un gran estudio en el que no tardaron en trabajar simultáneamente varios realizadores bajo la dirección artística de Blackton. Las técnicas utilizadas por este estudio preparaban los éxitos futuros de grandes directores; el ejemplo más reconocido es D. W. Griffith quien en 1915 realizó la película titulada "Nacimiento de una Nación".

Con la Vitagraph Edison y la Biograph habían ya realizado estudios en Nueva York y algunos otros en Chicago, sin embargo; las compañías salían de expedición para filmar en escenografías naturales.

Se comenzó por explorar los suburbios de Nueva York y de Chicago, pero no tardaron en llegar a Florida, a las montañas rocallosas hasta llegar a California. Aunque la producción era abundante, la guerra de patentes detenía por momentos ese desarrollo, así por ejemplo hacía 1907 los abogados de Edison obtuvieron una sentencia que prácticamente impedía pasar una película sin infringir sus patentes. Toda ésta crisis de patente hizo que eventualmente se crearan combinaciones de empresas para detener las prácticas monopólicas.

Uno de los capítulos que rescatan la calidad del cine norteamericano es la aparición del productor D. W. Griffith, quien fue director artístico por cinco años en la Biograph. Realizó además 400 películas entre 1908 y 1910. Su gran mérito fue haber asimilado los descubrimientos dispersos de diversas escuelas y realizadores y haberlos sistematizado.

Durante el periodo de producción y apogeo de Griffith, se descubren innumerables talentos, entre ellos: Florence Lawrence, Michael Sinnot (mejor conocido como Mack Sennet), Mary Pickford, Lionel Barrymore y Thomas Ince.

Griffith también contribuyó a trasladar a las costas californianas el centro de gravedad del cine norteamericano y así la Biograph fue imitada por numerosas empresas.

Estrellas y Hollywood son hoy sinónimos. Los productores independientes llegaron a la victoria por la guerra de estrellas. Este renglón se puede ejemplificar claramente con la continua guerra de rating (por así llamarlo) que tiene Televisa y TV Azteca.

Carl Laemmle, fundó su compañía llamada IMP (Independent Motion Picture), atacó a la compañía de Griffith arrebatándole a Florence Lawrence y después a Mary Pickford y ésta a su vez se hizo acompañar de otros actores y finalmente Thomas Ince quien se convirtió en director de escena. Pasó lo mismo con otras compañías cuyos actores fueron corrompidos por los independientes y estos se habían afiliado en una empresa distribuidora llamada Sales Company que no tardó en dividirse en dos grupos rivales: Universal y Mutual.

La guerra interna de los independientes se unió a la guerra de Trust y de otros, mientras que las estrellas se aprovecharon de él, pasando de una empresa a otra y en ocasiones regresando a lo que les vio nacer.

Hacia 1913, la industria invertía 125 millones de dólares en la construcción de salas y dedicaba 50 millones a la producción, para tales capitales era necesario recurrir a los bancos, se organizaron los primeros circuitos de salas de primera calidad; las productoras contrataban estrellas de Broadway y al mismo tiempo se adoptaba el Start System (Se inventan chismes a los artistas. Se fabrican a las estrellas. Es un sistema de chismes).

El curioso talento de Mack Sennet trasladó la escuela cómica de Europa al cine norteamericano. El 23 de septiembre de 1912, fecha en que editó su primera película, se convirtió en un acontecimiento importante en la historia del cine. Este canadiense de 30 años, se había formado por tres años con Griffith, primero como actor y después como ayudante. Senté fue como Griffith, un gran descubridor de talentos.

En consecuencia de lo anterior, surgieron nombres como Mabel Norman, Ford Sterling, Mack Swain... y después rescata viejos valores como: Gloria Swanson, Harold Lloyd y Bing Crosby.

Los historiadores de cine olvidaron por mucho tiempo a Senté, innovador con excepcionales logros, fue todo un maestro de la técnica, un notable animador que más que dirigir sus filmes, los vigilaba. Le habían bastado 15 meses para conquistar los Estados Unidos. Al acecho de talentos nuevos, el jefe inmediato de Senté, dentro de la empresa Kegstone, contrató por 150 dólares semanales a un actor de pantomima, un joven inglés que estaba de gira por los Estados Unidos: Charles Chaplin.

Durante los primeros diez años del siglo, se vieron los resultados de ciertos esfuerzos en Europa para hacer hablar al cine, sabían sincronizar convenientemente los movimientos y palabras, aunque las voces eran gangosas y el sincronismo defectuoso; el cine siguió siendo el arte mudo, fue la radio la que aportó soluciones al crear el registro eléctrico por micrófono y la amplificación mediante bulbos.

Las grandes compañías eléctricas fueron las propietarias de las patentes que se integraron en dos grupos: la General Electric-western (E. U. A.) y la A.E.G. -Tobis-Kangfilm (Alemania).

La Western propuso sus procedimientos a las grandes compañías alemanas, pero nadie quiso creer en el cine hablado, pues amenazaba la hegemonía de Hollywood. A los hermanos Warner y a sus productores los sedujo un procedimiento que les permitía sustituir en sus salas a las orquestas por altavoces. Ésta técnica fue bautizada como: VITAPHONE, aunque con esto se limitó a la música y a los efectos de sonido.

Un poco antes y algo después de 1919, el expresionismo alemán, predomina el sentimiento sobre el pensamiento, y se expresa más la emoción que la descripción de situaciones, el color se enaltece por encima de la línea, al tiempo que la distorsión o retorcimiento formal se acentúa, la realidad objetiva se reduce considerablemente en beneficio de la visión personal, por lo que emerge la experiencia o vivencia interior del artista a través de formas agresivas, místicas, líricas o angustiosas.

Tal estilo es deudor de la plástica, la música, el diseño y la literatura que alimentaron unos temas y una estética cinematográfica durante este período y en el que el *gabinete del doctor Caligari* es su cima, y donde fondo y forma alcanzan su plenitud para configurar una obra-manifiesto del movimiento expresionista en el campo del cine.

En el expresionismo sobresalen, por una parte la forma interpretativa, y por la otra, la ambientación decorativa, En la primera parte, la gestualidad es la base mayor con que juegan los actores, exagerando sus movimientos con el fin de transmitir sentimientos y emociones ocultos; en el segundo aspecto, los decorados están contruidos a base de líneas oblicuas y reminiscencias góticas, con espacios sombríos, inquietantes y contrastados mediante claroscuros. Ambos aspectos se funden o procuran comulgar para reforzar los estados de ánimo y las situaciones que se quieren transmitir.

Otro personaje muy importante es el cineasta ruso Serguéi Mijáillovich Eisenstein (el padre del montaje), quien es uno de los directores clásicos indispensables en la historia del cine y el representante más conocido del cine de la URSS. Así como también es pionero del cine mudo.



Cuando S. Eisenstein filmó la legendaria secuencia de la escalinata de Odessa en *El Acorazado Potemkin*, estaba creando un icono cinematográfico que se grabaría en la memoria para el futuro, donde pasarían a ser "Historia". A partir de ahí todas las imágenes; ficción o documental, de CNN o de Hollywood, no importa su cualidad han dirigido la mirada retrospectiva edificando un imaginario colectivo de la época; por algo éste es el siglo de la imagen. Y al mismo tiempo esas imágenes vía televisión, vía publicidad, incluso vía documental degeneran más tarde en material de archivo, de donde hoy se sacan al gusto y convenientemente enlatadas.

Para 1930, las aportaciones cinematográficas de Sergei Mijailovich Eisenstein y Vsevolod Pudovkin habían sido reconocidas mundialmente. La huelga (1924), *El acorazado Potemkin* (1925), *La madre* (1926) y *Octubre* (1927) eran ya piedras angulares en la historia del arte cinematográfico.

Entre 1930 y 1932, Eisenstein estuvo en México con el fin de filmar una película que sería un vasto fresco sobre el país: *¡Que viva México!* (García Riera, 1986: 95). El cineasta ruso venía patrocinado por algunos intelectuales norteamericanos de izquierda, y había estado en Hollywood donde no pudo realizar ningún filme.

*¡Que viva México!* (1930-1932) no pudo ser concluida porque los norteamericanos, que en un principio apoyaron a Eisenstein, le retiraron el financiamiento y se quedaron con el material filmado. Sin embargo, las imágenes capturadas por el director ruso pudieron ser apreciadas en distintos filmes que se realizaron a partir de ellas.

La estética visual de *¡Que viva México!* (1930-1932) tuvo una gran influencia en el cine nacional. Los bellos paisajes, las nubes fotogénicas y la exaltación del indígena fueron tres elementos sobresalientes de esta propuesta estética. Este estilo fue visto como derivado de la pintura muralista, especialmente de la de Diego Rivera. (García Riera, 1986: 95).

Antes de pasar a la parte final de éste capítulo, cabe mencionar, que las mejores películas dentro de la historia del cine, de acuerdo con un artículo emitido mediante una página web por la revista *Vortice*, dice que: "La revista francesa de cine mas antigua del mundo, *Cashiers du Cinéma*, en uno de sus números,

encuestó a 100 personas entre ellas, directores y críticos de todo el mundo, haciéndoles la

pregunta: ¿Cuáles son las mejores películas de la historia? y los resultados derivados fueron:" ([www.cinemundial.com](http://www.cinemundial.com))

Las 20 mejores películas de la historia del cine son:

- 1.- La quimera de oro. Charles Chaplin. Inglaterra (1925).
- 2.- Metrópolis. Fritz Lang. Alemania. (1926).
- 3.- El acorazado Potemkim. Sergei Eisenstein. URSS. (1936)
- 4.- Ciudadano Kane. Orson Welles. USA. (1941)
- 5.- El Halcón Maltés. John Houston. USA. (1946)
- 6) El Ladrón de Bicicletas. Vittorio de Sica. Italia. (1948)
- 7) Rashomón. Akira Kurosawa. Japón. (1950)
- 8) 400 Golpes. Francois Truffaut. Francia. (1959)
- 9) Ocho y Medio. Federico Fellini. Italia. (1964)
- 10) Vértigo. Alfred Hitchcock. USA. (1968)
- 11) Busco mi Destino. Denis Hopper. USA. (1969)
- 12) Apocalipsis ahora. Francis Ford Coppola. USA. (1971)
- 13) Taxi Driver. Martin Scorsese. USA. (1976)
- 14) Blade Runner. Ridley Scott. Inglaterra. (1982)
- 15) Estallido Mortal. Brian de Palma. USA. (1984)
- 16) Terciopelo azul. David Lynch. USA. (1986)
- 17) Brazil. Terry Guillian. Inglaterra. (1988)
- 18) Haz lo correcto. Spike Lee. USA. (1991)
- 19) Perros de la Calle. Quentin Tarantino. USA. (1993)
- 20) Los Imperdonables. Clint Eastwood. USA. (1995)

Poco antes de la década de los treinta, sucedió un hecho revolucionario que pasaría a la historia: el cine comenzaba a hablar. Se iniciaba una nueva era para la industria del cine. También para los actores, de los cuales muchos desaparecieron cuando el público pudo conocer su verdadera voz, desagradable o ridícula, que no correspondía a la apariencia física. Fue entonces cuando desaparecieron los intertítulos. Para el año de 1935, el cine ya no era solamente sonoro, sino que también era a color. Hecho que se pudo observar en la película de Rouben Mamoulian "La feria de las vanidades" (1935). En cuanto al cine de animación, éste se fue implantando entre los gustos del público, especialmente entre los más pequeños (Walt Disney).

Cuando la Segunda Guerra Mundial estalló, el cine se basó en la propaganda nacionalista, el documental de guerra o el producto escapista. Al terminar la guerra, en una Italia destrozada, aparece el llamado cine "neorrealista", un cine testimonial sobre la realidad del momento, hecho con pocos medios materiales pero con mucha humanidad, preocupado por los problemas del individuo de la calle. En los EEUU, las películas denotan un tono pesimista donde los personajes reflejan los padecimientos y angustias pasadas a lo largo de la guerra o como consecuencia de ella, o bien se inspiran en la comedia o el musical ya que el público necesitaba "olvidar". Cuando en 1947 se inicia la "guerra fría" entre Occidente y la URSS, en los EEUU comienza un período de conservadurismo político que llega a afectar a Hollywood, especialmente a los cineastas de izquierda, los cuales son perseguidos, denunciados y condenados. A este período, que se prolongó hasta 1955, se le conoce como "mccarthyismo" o "cacería de brujas". (Cfr. CD-Room interactivo. *La gran historia del cine*).

Los años 50 representan para los norteamericanos una nueva época de bienestar que cambió el estilo de vida, sobre todo en lo que se refiere al ocio. La adquisición de televisores supone un fuerte competidor para el cine. El número de espectadores disminuye y hay que buscar maneras para recuperarlo. La mejor forma será dándole al público lo que la pequeña pantalla no puede: espectacularidad. Es entonces cuando la *pantalla crece*, se proyecta en color y el sonido se convierte en estéreo. Los jóvenes se convierten en un público potencial importante; (la época del rock). "Ésta es también la década de los grandes melodramas y de la consolidación de los géneros, como en el caso del *thriller*, un buen ejemplo de éste último lo tenemos en los films de Hitchcock, "Vértigo" (1958) o "La ventana indiscreta" (1954)." (Cfr. CD-Room interactivo. *La gran historia del cine*).

Ya a finales de los años 70, y después de unos años de cine espectacular basado en el catastrofismo quizás como reflejo del retorno del peligro atómico-, se impone la recuperación de la superproducción desde el punto de vista de la calidad y de la rentabilidad. Concretamente de la mano de Georges Lucas, autor de "La guerra de las galaxias" (1977), y de Steven Spielberg, realizador de "Encuentros en la tercera fase" (1977).

En los años 80, la aparición e introducción del vídeo, y el aumento de los canales televisivos por vías diferentes, hacen que el público vea más cine que nunca, sin salir de casa. Es preciso buscar de nuevo espectacularidad: películas con muchos efectos especiales prueban de atraer a los espectadores hacia la sala oscura. Actores musculosos se convierten en héroes de la pantalla en títulos violentos cuando no reaccionarios. También son tiempos de grandes melodramas y de recuperación de la comedia.

Comenzada la década de los 90, la crisis de ideas se apoderó del cine norteamericano; así que decidió inspirarse en los héroes del cómic, aprovechándose de los nuevos procedimientos para la creación de efectos especiales.

Géneros como la comedia clásica, los grandes dramas, los dibujos animados, el fantástico o el western han retornado con fuerza; géneros tradicionales a los cuales se les ha de sumar la sexualidad como ingrediente importante en diversos films y la aparición de un nuevo grupo de actores jóvenes conocidos como la "generación X", además de actores infantiles intérpretes de películas familiares. Por otra parte, la comedia española y el resurgimiento del cine latinoamericano han marcado durante estos años la cinematografía hispanohablante.

Llegados a los cien años de cine, el procedimiento basado en la fotoquímica se alía con las nuevas tecnologías electrónicas y de los estudios salen películas donde el ordenador ha tenido mucho que ver en el proceso de obtención o manipulación de las imágenes. Hombres de carne y hueso transformándose en hombres cibernéticos, dinosaurios paseándose en pleno siglo XX, protagonistas dando la mano a personajes muertos hace décadas... Hoy en día, de la mano de la electrónica aparece la realidad virtual, por lo cual conviene hacerse la siguiente pregunta: ¿nos convertiremos pronto en espectadores individuales de las películas? Tal vez sí o tal vez no, lo que nos resta es esperar a ver qué le sigue al cine del futuro.

### 3.2 CINE MEXICANO

(Cfr. *Enciclopedia Encarta 2002*, CD-Room Interactivo *100 años de cine mexicano*, CD-Room Interactivo *La gran historia del cine*, Enciclopedia interactiva *México y su cine 2001*. RIERA, 1986:160)

El cine llegó a México, casi ocho meses después de su triunfal aparición en París. La noche del 6 de agosto de 1896, el Presidente Porfirio Díaz, su familia y miembros de su gabinete, presenciaban asombrados las imágenes en movimiento que dos enviados de los hermanos Lumiere proyectaban en uno de los salones del Castillo de Chapultepec.

El éxito del nuevo medio de entretenimiento fue inmediato. Don Porfirio había aceptado recibir en audiencia a Claude Ferdinand Bon Bernard y a Gabriel Veyre -los proyectoristas enviados por Louis y Auguste Lumiere a México- debido a su enorme interés por los desarrollos científicos de la época. Además, el hecho de que el nuevo invento proviniera de Francia, aseguraba su aceptación oficial en un México que no ocultaba su gusto "afrancesado".

Después de su afortunado debut privado, el Cinematógrafo fue presentado al público el 14 de agosto, en el sótano de la Droguería "Plateros", en la calle del mismo nombre (hoy Madero) de la ciudad de México. El público abarrotó el sótano del pequeño local y aplaudió fuertemente las "vistas" mostradas por Bernard y Veyre. La Droguería "Plateros" se convirtió, al poco tiempo, en la primera sala de cine de nuestro país: el "Salón Rojo".

México fue el primer país americano que disfrutó del nuevo medio, ya que la entrada del Cinematógrafo a los Estados Unidos había sido bloqueada por Edison. A principios del mismo 1896, Thomas Armant y Francis Jenkins habían desarrollado en Washington el Vitascope, un aparato similar al cinematógrafo. Edison había conseguido comprar los derechos del Vitascope y pensaba lanzarlo al mercado bajo el nombre de Biograph. La llegada del invento de los Lumiere significaba la entrada de Edison a una competencia que nunca antes había experimentado.

Brasil, Argentina, Cuba y Chile fueron también visitados por enviados de los Lumiere entre 1896 y 1897. Sin embargo, México fue el único país americano donde los franceses realizaron una serie de películas que pueden considerarse como las que inauguran la historia de nuestro cine.

Durante 1896, Bernard y Veyre filmaron unas 35 películas en la ciudad de México y Guadalajara. Entre otras cosas, los franceses mostraron a Díaz en diversos actos, registraron la llegada de la Campana de Dolores al Palacio Nacional, y filmaron diversas escenas folclóricas y costumbristas que muestran ya una tendencia hacia el exotismo que acompañaría al cine mexicano a lo largo de su historia. El mismo año llegó también el Vitascope norteamericano; sin embargo, el impacto inicial del Cinematógrafo había dejado sin oportunidad a Edison de conquistar al público mexicano.

Algunos entusiastas, como Aguirre, habían comprado equipo y películas a los Lumiere para exhibirlas en provincia. La determinación de los Lumiere de dejar de filmar y dedicarse a la venta de copias provocó el surgimiento de los primeros cineastas nacionales. (Cfr. Lo anterior con CD-Room interactivo: *La gran historia del cine*)

En 1898 se inició como realizador el ingeniero Salvador Toscano, quien se había dedicado a exhibir películas en Veracruz. . En 1950, su hija Carmen editó diversos trabajos de toscano en un largometraje titulado *Memorias de un mexicano* (1950). Toscano testimonió con su cámara diversos aspectos de la vida del país durante el Porfiriato y la Revolución. Inició, de hecho, la vertiente documental que tantos seguidores ha tenido en nuestro país.

Otros cineastas de esa primera época fueron: Guillermo Becerril (desde 1899); los hermanos Stahl y los hermanos Alva (desde 1906); y Enrique Rosas, éste último realizador de un gran documental sobre el viaje de Porfirio Díaz a Yucatán: *Fiestas presidenciales en Mérida* (1906). Este filme fue, sin duda, el primer largometraje mexicano.

La Revolución Mexicana contribuyó enormemente al desarrollo del cine en nuestro país. Por circunstancias cronológicas, la Revolución fue el primer gran acontecimiento histórico totalmente documentado en cine. Nunca antes un evento de tal magnitud había sido registrado en movimiento. La Primera Guerra Mundial - iniciada cuatro años después del conflicto mexicano- fue documentada siguiendo el estilo impuesto por los realizadores mexicanos de la Revolución.

El público se interesaba en estos filmes por su valor noticioso. Era una forma de confirmar y dar sentido al cúmulo de informaciones imprecisas, contradictorias e insuficientes, producto de un conflicto armado complejo y largo. Los filmes de la Revolución pueden considerarse como antecedentes lejanos de los noticiarios televisivos de hoy en día.

Se considera que entre 1917 y 1920 hubo en México una Época de Oro del cine mudo, que nunca se volvió a repetir sino hasta los años cuarenta. Otros filmes famosos de esta primera Época de Oro fueron: *En defensa propia* (1917), *La tigresa* (1917) y *La soñadora* (1917), producidos todos por la Compañía Azteca Filmes. Esta firma, fundada por la actriz Mimí Derba y por Enrique Rosas, constituyó la primera empresa de cine totalmente mexicana. Probablemente Derba haya sido la primera directora de cine nacional, si es cierto que dirigió *La tigresa* (1917).

Los temas que han acompañado a nuestra cinematografía nacieron también en los años de 1917 a 1920. *Tepeyac* (1917), filme que relacionaba extrañamente las apariciones de la Virgen de Guadalupe con el hundimiento de un barco en el siglo XX, fue filmado por Fernando Sáyago. *Tabaré* (1917) de Luis Lezama, guarda una estrecha relación en su argumento con filmes como *Tizoc* (1957): el indio que se enamora de la rica heredera de piel blanca. Finalmente *Santa* (1918), la prostituta creada por el escritor Federico Gamboa, hizo su primera aparición cinematográfica dirigida por Luis G. Peredo. Otra versión de *Santa* (1931) iniciaría la era sonora del cine mexicano y marcaría el rumbo de uno de los principales arquetipos femeninos de nuestro cine: la prostituta o cabaretera.

La cercanía de Hollywood con nuestro país fue un factor importante que permitió la integración de varios compatriotas a la industria fílmica norteamericana. Dolores del Río, Ramón Novarro, Lupe Vélez y Lupita Tovar fueron algunos de los actores mexicanos que se codearon en esa época con los más famosos de Hollywood. La falta de sonido en el cine eliminaba la barrera del idioma.

Entre los directores, Fernando de Fuentes, Emilio Fernández, Roberto y Joselito Rodríguez, recibieron su educación cinematográfica en Hollywood. De esta manera, el cine mexicano se preparaba para lo que sería la Época de Oro.

A pesar de que el sonido se incorporó al cine en 1927, no fue sino hasta 1931 cuando se realizó la primera cinta sonora mexicana: una nueva versión de *Santa*, dirigida por el actor español-hollywoodense Antonio Moreno, e interpretada por Lupita Tovar.

La naciente industria del cine mexicano produjo, entre 1932 y 1936, unas cien películas entre las que destacan varias consideradas hoy en día como clásicos del cine nacional.

En pocos años, la cinematografía mexicana se afianzó en el gusto nacional y comenzó, inclusive, a exportarse a los países de lengua española. En 1936 se marcaría el inicio de la completa internacionalización del cine mexicano, con la filmación de *Allá en el Rancho Grande* (1936) de Fernando de Fuentes.

De Fuentes realizó, además, otros dos filmes que se consideran precursores de la Época de Oro: *El compadre Mendoza* (1933) y *Vámonos con Pancho Villa* (1935). Estos filmes revelan que de Fuentes dominaba las técnicas norteamericanas de filmación, y que además demostraba una sobriedad increíble para la época en el tratamiento del tema de la Revolución. De hecho, ambos filmes son prácticamente los únicos realizados sobre ese tema que no exaltan en ningún momento la gesta revolucionaria, y que incluso llegan a criticarla. (Cfr. Lo anterior con CD-Room interactivo *100 años de cine mexicano*).



Por fin, la época de oro, que en orden cronológico se encuentran las siguientes etapas:

- 1936 "Allá en el rancho grande"
- 
- 1939-1945, los años dorados de la época de oro.
- 
- El "Indio" Fernández.
- 
- 1946-1950, Rumberas y arrabal.
- 
- 1946-1950, después de la guerra.
- 
- 1950-1957, La competencia con la televisión.
- 
- 1957, El ocaso de una industria.
- 
- Luis Buñuel.
- 
- Mascara contra cabellera.
- 
- 1953, el nacimiento del cine independiente.
- 
- 1958-1960, los inicios de la crisis.
- 
- 1961-1967, los años del cine independiente.
- 
- 1968-1969, Un cine alejado del público.

1936: Allá en el Rancho Grande (1936) de Fernando de Fuentes, fue el filme que encontró la fórmula comercial capaz de convertir al cine mexicano en una verdadera industria. Era un melodrama ranchero, con una historia semejante a la del filme mudo titulado En la Hacienda (1920). Primera cinta mexicana que mereció estreno en los Estados Unidos con subtítulos en inglés. Así como también fue la primera cinta nacional que ganó un premio internacional: el de Mejor Fotografía, otorgado a Gabriel Figueroa en el Festival de Venecia de 1938. El filme cautivó al público en todos los países de habla hispana, y abrió las puertas a la catarata de filmes que consolidaron la Época de Oro.

1939-1945: Los años dorados de la época de oro: En estos años, factores políticos influyeron enormemente en el desarrollo del cine mexicano. Uno de ellos fue la postura del gobierno mexicano ante la guerra. En 1942, tras el hundimiento de barcos petroleros mexicanos por submarinos alemanes, el Presidente Manuel Ávila Camacho declaró la guerra a las potencias del Eje (Alemania, Italia y Japón). Esta postura oficial nos colocó en medio del conflicto, de parte de los Aliados.

En el panorama nacional, la situación de guerra también benefició al cine mexicano porque se produjo una disminución de la competencia extranjera. Aunque Estados Unidos se mantuvo como líder de la producción cinematográfica mundial, muchos de los filmes realizados en ese país entre 1940 y 1945 reflejaban un interés por los temas de guerra, ajenos al gusto mexicano. La escasa producción europea tampoco representó una competencia considerable. (Cfr. Enciclopedia interactiva: *México y su cine 2001*).

El auge del cine mexicano favoreció el surgimiento de una nueva generación de directores: Emilio Fernández, Julio Bracho, Roberto Gavaldón e Ismael Rodríguez, por mencionar a algunos. Para el público, sin embargo, fue más interesante la consolidación de un auténtico cuadro de estrellas nacionales. María Félix, Mario Moreno "Cantinflas", Pedro Armendáriz, Andrea Palma, Jorge Negrete, Sara García, Fernando y Andrés Soler, Joaquín Pardavé, Arturo de Córdova y Dolores del Río serían las figuras principales de un "star system" sin precedentes en la historia del cine en español.

En esos años, el cine mexicano abordó más temas y géneros que en ninguna otra época. Obras literarias, comedias rancheras, películas policíacas, comedias musicales y melodramas, formaron parte del inventario cinematográfico mexicano de aquellos años. (Cfr. CD-Room interactivo *100 años de cine mexicano*).

El "Indio" Fernández: El cine de Emilio Fernández fue el único de esa época que mantuvo una relación abierta con el tema revolucionario. Curiosamente, el cine mexicano de la Época de Oro ha quedado "marcado" por la estética de la Revolución, aunque en realidad fueron pocas las películas que se

realizaron con ese tema durante la guerra, y casi todas fueron filmadas por Fernández.

1946-1950: Después de la guerra: Al terminar la guerra, el cine mexicano gozó del prestigio que había alcanzado durante unos años más. Sin embargo, el repunte del cine norteamericano y la aparición de la televisión representaron una seria amenaza para una cinematografía que ya daba señales de cansancio. En ésta etapa, el director español Luis Buñuel inició la etapa mexicana de su filmografía; y

Pedro Infante se convirtió en el actor más popular de nuestro país. A pesar de ello, el cine mexicano comenzó a manifestar síntomas de no estar del todo bien. Para preservar el ritmo de trabajo alcanzado durante la guerra, las compañías productoras decidieron abaratar los costos de producción de las películas. De esta manera proliferaron los llamados "churros": películas de bajo presupuesto, filmadas en poco tiempo y de mala calidad en general. Bajo el gobierno de Alemán se decretó la Ley de la Industria Cinematográfica. En ella se dejaba a la Secretaría de Gobernación, por conducto de la Dirección General de Cinematografía, el estudio y resolución de los problemas relativos al cine. Esta decisión -que con el tiempo afectaría negativamente al desarrollo de nuestro cine- fue tomada por la necesidad de controlar al monopolio de la exhibición cinematográfica que existía en esos años (García Riera, 1986: 160).

1946-1950: Rumberas y Arrabal: La imagen cinematográfica del sexenio de Miguel Alemán está constituida por la rumbera y el arrabal. Más de cien películas con esos temas se filmaron durante su período de gobierno. El cine de rumberas representaba una opción atractiva para una industria cinematográfica ansiosa de encontrar la manera de filmar más por menos dinero. Casi todos estos filmes contaban, con algunas variantes, la misma historia: una chica humilde de provincia llegaba a la ciudad, era "devorada" por la maldad imperante en la urbe, y quedaba condenada a bailar en el cabaret hasta encontrar la redención. Por otro lado, el cine de arrabal, cuya máxima figura fue sin duda el inolvidable "Pepe el Toro" del filme *Nosotros los pobres* (1947) de Ismael Rodríguez, representaba el espejo en el cual se miraban los provincianos que llegaban a la capital con la esperanza de encontrar un futuro más promisorio.

1950-1957: La competencia con la televisión: No sólo en México, sino en todo el mundo, el cine resintió de inmediato la competencia del nuevo medio. Esa competencia influyó decisivamente en la historia del cine, obligándolo a buscar nuevas vías tanto en su técnica, como en el tratamiento de temas y géneros. La realización del cine se volvió más compleja que nunca. Con una infraestructura técnica anticuada, poco dinero, un público más exigente, y un mercado saturado de producciones norteamericanas, el cine mexicano se enfrentó ante su ocaso.

1957: El ocaso de una industria: El 15 de abril de 1957 el país entero se estremeció al conocer la noticia de la muerte de Pedro Infante. Con él, simbólicamente, moría también la Época de Oro del cine nacional. Poco o nada quedaba ya de aquellos años de esplendor. El cine mexicano experimentaba a fines de los cincuenta, una inercia casi completa. Las fórmulas tradicionales habían agotado ya su capacidad de entretenimiento; comedias rancheras, melodramas y filmes de rumberas se filmaban y exhibían ante un público cada vez más indiferente. Hasta Emilio Fernández, el director más importante de la época, comenzaba a repetir sus filmes: con otros actores, pero con los mismos temas.

Luis Buñuel: El cine de Luis Buñuel, los filmes de luchadores y el nacimiento del cine independiente, fueron las únicas novedades dentro de esta industria agotada. (Cfr. Enciclopedia Encarta 2002).

Mascara contra Cabellera: El cine de luchadores se popularizó enormemente entre los años cincuenta y sesenta. En poco tiempo, los nombres de El Santo, Blue Demon y el Mil Máscaras se integraron a la galería de estrellas del cine mexicano. La popularidad de este género trascendió las fronteras de nuestro país, al grado de que en Francia se considera al cine de luchadores como un producto casi artístico. De hecho, la Cinemateca Francesa es la única en el mundo que posee la colección más grande de filmes de lucha libre fuera de México.

1953: El nacimiento del cine independiente: Los equipos de cine semi-profesionales (8 mm., 16 mm.) hicieron su entrada al mercado al mismo tiempo que el cine de Hollywood se complicaba con el cinemascope y el sonido estereofónico. Sin ser una producción en un formato semi-profesional, Raíces (1953) de Benito Alazraki, significó la primera incursión del cine mexicano en una nueva forma de producción cinematográfica, independiente de las grandes compañías productoras.



1958-1960: Los inicios de la crisis: El cine mexicano, se había estancado por líos burocráticos y sindicales. La producción se concentraba en pocas manos, y la posibilidad de ver surgir a nuevos cineastas era casi imposible, debido a las dificultades impuestas por la sección de directores del STPC. Tres de los estudios de cine más importantes desaparecieron entre 1957 y 1958: Tepeyac, Clasa Films y Azteca. Al hacer del cine un asunto de interés nacional el gobierno mexicano, sin saberlo, estaba cavando la tumba de esta industria. En 1960, cuando el gobierno de Adolfo López Mateos compró las salas de Operadora de Teatros y de la Cadena de Oro -desbaratando así el monopolio de Jenkins- la etapa final de la producción cinematográfica quedó bajo control del Estado.

1961-1967: Los años del cine independiente: Surgió en México una importante corriente de cine independiente, cuyo primer antecedente había sido la experiencia de Raíces (1953). Un grupo de jóvenes críticos mexicanos y españoles iniciaron este movimiento con la filmación de En el balcón vacío (1961), de Jomí García Ascot.

1968-1969: Un cine alejado del público: Experiencias como las del cine independiente, o el surgimiento de realizadores interesantes como Arturo Ripstein y Luis Alcoriza, si bien representaron una opción de calidad durante los años sesenta, también significaron un alejamiento entre el público mexicano y su mejor cine. En este panorama dominado por la antena televisiva, el cine de calidad quedó confinado a la pequeña sala del cineclub, a los oscuros festivales internacionales, y al prestigio dudoso de un cine que muy pocos vieron en la época en que fue realizado.

1970-1975: La estatización del cine fue resultado de una cadena de circunstancias. El Banco Nacional Cinematográfico (fundado en 1947), recibió una inversión de mil millones de pesos con el objeto de modernizar el aparato técnico y administrativo del cine nacional; lo cual dio paso en 1975 a la creación de tres compañías productoras de cine, las cuales eran propiedad del Estado: Conacine, Conacite I y Conacite II. Otras acciones del gobierno de Echeverría, encaminadas a mejorar la producción cinematográfica fueron: la reconstitución de la Academia Mexicana de Artes y Ciencias Cinematográficas y la entrega del Ariel en 1972, la inauguración de la Cineteca Nacional en 1974, y la creación del Centro de Capacitación Cinematográfica (CCC) en 1975.

El cine mexicano producido de 1970 a 1976, es considerado por muchos estudiosos de nuestra cinematografía, como uno de los mejores que se hayan hecho en nuestro País. Al respecto, Emilio García Riera dice: "Nunca antes habían accedido tantos y tan bien preparados directores a la industria del cine, ni se había disfrutado de mayor libertad en la realización de un cine con ideas avanzadas". (GARCÍA, Riera, 1986).

1976-1982: Los años de las ficheras: Aprovechando un cambio favorable en las políticas de exhibición, surgió una nueva industria cinematográfica privada, la cual en pocos años se adueñó del mercado mexicano. Esta industria -caracterizada por producir películas de bajo costo, en muy poco tiempo y con nula calidad- prosperó y se enriqueció a lo largo de la década de los ochentas. *Bellas de noche* (1974) y *Las ficheras* (1974), ambas dirigidas por Miguel M. Delgado, iniciaron la corriente del cine de ficheras, cabaret y albures. A diferencia de sus antecesoras, las rumberas, estas nuevas "damas de la noche" aprovecharon las modificaciones de la Ley de Censura Cinematográfica para prodigar desnudos y palabrotas.

El Cabrito-Western: El cine producido en la frontera entre México y Estados Unidos -popularmente conocido como "cabrito western"- fue una manifestación interesante de los caminos que siguió la producción privada en los ochenta. Utilizando las convenciones típicas del western americano, para ubicarlas en el ambiente contemporáneo del contrabando, los braceros y los traficantes de droga de la frontera norte del país -de ahí el sobrenombre- este género se popularizó rápidamente en la provincia mexicana. El cine de la frontera se desarrolló gracias a la creación de una cultura fronteriza, mezcla de las realidades mexicana y norteamericana. Las historias cantadas en los populares "corridos norteños" pronto se vieron representadas en la pantalla. Por primera vez en muchos años, una producción cinematográfica importante se desarrolló fuera de los límites del Distrito Federal.

1982-1987: Si la producción cinematográfica mexicana no se extinguió en esos años, fue debido al auge de la producción privada -plagada de ficheras y cómicos albureros- y por las escasas producciones independientes, que encontraron en el sistema cooperativo la forma de producir escasas muestras de cine de calidad. Aún así, el estado del cine mexicano era poco menos que desastroso. De 1982 a 1988, prácticamente todas las películas ganadoras del Ariel fueron vistas exclusivamente por los miembros del jurado de la Academia. Escasas excepciones -como *Frida, naturaleza viva* (1983) de Paul Leduc, o *Los motivos de Luz* (1985) de Felipe Cazals- alcanzaron a ser exhibidas en cines comerciales.

1988-1991: El traslado del IMCINE a otra entidad gubernamental representó algo más que un simple cambio de domicilio dentro de una burocracia. Al trasladar el control del cine al CONACULTA, el gobierno de Carlos Salinas de Gortari estaba rompiendo con un esquema de más de cincuenta años de existencia en la relación cine-gobierno. Al trasladar la supervisión del cine de la Secretaría de Gobernación al nuevo organismo para la cultura, el gobierno mexicano actuó de manera congruente con la naturaleza del medio cinematográfico. El cine está más relacionado con las actividades propias de un ministerio de cultura, que con las de una secretaría política. Este cambio en la política gubernamental con respecto al cine ha permitido que, desde 1988, el futuro del cine mexicano se vislumbre con mayor esperanza.

1992: A principios de agosto de 1992, la prensa capitalina de espectáculos anunció que *Como agua para chocolate* (1992) de Alfonso Arau, había impuesto récord de permanencia en el cine "Latino" de la ciudad de México, una sala dedicada generalmente a exhibir películas norteamericanas. Al mismo tiempo, la prensa regiomontana anunció que este mismo filme era el más taquillero de lo que va del año en Monterrey. El cine mexicano estaba experimentando un feliz reencuentro con su público. La asistencia a las salas de cine para ver películas mexicanas; aumentó considerablemente entre 1990 y 1992. La renta de estas mismas películas en videocasete sobrepasó las expectativas de los distribuidores de películas en video.

1994: De la euforia salinista se pasó, en cuestión de días, al reencuentro con tormentosos fantasmas aparentemente exorcizados: pobreza, desempleo, inflación, retroceso, marginación e inseguridad. El impacto de estos fenómenos sociales en la cinematografía mexicana aún no se percibe en toda su magnitud. De 1993 a 1996, el cine nacional no sólo recuperó la confianza de su público, sino también la de los productores, distribuidores y exhibidores, quienes se atrevieron a apostar a favor de una industria frágil y relativamente poco rentable. El éxito internacional de cineastas como Arturo Ripstein, Alfonso Arau, Alfonso Cuarón y María Novaro alentó la esperanza de que, por primera vez en la historia, nuestra cinematografía pudiera sobrevivir dignamente a pesar de los embates de la crisis económica. (Cfr. Lo anterior con enciclopedia interactiva: *México y su cine 2001*)

Durante los últimos 30 años, el cine mexicano ha vuelto a resurgir, con la producción de películas (entre las más recientes y muy taquilleras) como "sexo, pudor y lágrimas" (1998) y "amores perros" (2001), por ejemplo, sin embargo; hoy en día estas películas mexicanas siguen siendo reemplazadas por el cine hollywoodense.

## 4.- CARACTERÍSTICAS DEL NUEVO CINE MEXICANO

### 4.1 EL NUEVO CINE MEXICANO

NOTA: Éste capítulo (aparte de las fuentes bibliográficas consultadas), se realizó a partir de conclusiones derivadas de entrevistas realizadas a expertos en cine y del análisis de algunas películas del "nuevo cine mexicano"

A lo largo de esta investigación surgió la duda de si en realidad existía el nuevo cine mexicano, de quién había implantado dicho término y desde cuando se manejaba. Al percatarnos que no existían libros que manejarán en concreto este tema, se recurrió a consultar revistas, periódicos y especialistas en cine, por lo cual, lo que a continuación se leerá, es resultado del análisis de diversas fuentes. Antes que nada se pretende dejar muy en claro los inicios del "nuevo cine", es por eso que se empezará a hablar un poco de la historia de dicho cine.

Como es sabido, durante el sexenio de Luis Echeverría la cinematografía mexicana fue casi por completo estatizada, aunque no necesariamente *nacionalizada*, pero las administraciones siguientes se encargaron de *devolver* el cine a la iniciativa privada. Esto trajo como consecuencia una relativa menor concentración en su control, en el sentido de que se abrieron las puertas a más competidores de la iniciativa privada, especialmente en la producción y la distribución de filmes.

El cine mexicano contemporáneo ha reflejado en gran medida la fortuna del país. Su evolución es parte de un ciclo recurrente de crisis nacionales que se inician desde fines de 1970 y continúan actualmente.

Para los cineastas mexicanos, las condiciones para hacer cine cambiarían radicalmente después del sexenio echeverrista a un periodo que se caracterizaría por continuos vaivenes asociados a la suerte del país.

"De la gradual crisis del nuevo cine mexicano, se hablaba desde años atrás sin que se aplicaran medidas eficaces. Paralelamente se desarrollo una cultura cinematográfica heroica, hecha en el cine-club, en los cines de segunda corrida,



en la lectura de revistas de cine extranjeras y mexicanas; de ésta presión cultural surgió el sistema cinematográfico universitario (la filmoteca y el CUEC).

El paso a la dirección de películas en la industria se dio a cuentagotas, pero en la segunda mitad de los setenta se advertía ya la presencia de la nueva generación: del primer concurso de Cine experimental.

Varios periodistas coinciden en señalar que el nuevo cine mexicano apareció desde hace poco más de 30 años con la aparición de una generación de cineastas que refrescó el ambiente, pero que también cerró el paso a las posteriores. La formación de estrellas de impacto popular se dejó en manos de la televisión, aunque en los subfilmes menos atendidos fueron apareciendo figuras doradas por el público poco exigente". (Clío;1997:14)

Gustavo García y José Felipe Coria, escritores de Clío, aseguran que " en treinta años, el gobierno inventó su nueva industria cinematográfica y luego la desmontó con resultados traumáticos; es por eso que los nuevos cineastas han buscado la expresión con ingenio y la formación en la publicidad más que en escuelas", lo cual es muy cierto ya que hoy en día, los actores, productores, directores... se dan a conocer, no tanto por su capacidad para actuar, dirigir o producir, entre otros; sino por la publicidad que se les hace a las películas en las que ellos actúan o dirigen.

Dicen que "el cine ha denigrado a sus espectadores representando al país con pésimos actores, en muchas de las más vergonzosas películas jamás filmadas en el mundo; pero ocasionalmente los compensa con esfuerzo, ingenio y dignidad", ya lo demuestra Alfonso Arau quién con muy pocos recursos económicos y gracias a su ingenio, ha logrado realizar varios largometrajes.

Aún en medio de las múltiples crisis del México contemporáneo, en las últimas décadas del quehacer cinematográfico han surgido nuevas e importantes generaciones de artistas que están mostrando su talento en todos los ámbitos de la cinematografía nacional. La mayoría de estas generaciones y a diferencia de las anteriores, han surgido principalmente de las dos escuelas de cine en México: el Centro de Capacitación cinematográfica (CCC) y del Centro Universitario de Estudios Cinematográficos (CUEC) de la UNAM.

“Para el nuevo cine mexicano las tres décadas recientes, la tecnología (que día con día continúa creciendo aún más), terminó con el cine de 8mm y súper 8, así como la crisis financiera al cine independiente”. (Clío; 1997: Introducción).

Cabe destacar que en este capítulo, se tenía una idea poco confusa de lo que era el “nuevo cine mexicano”, ya que se pensaba que este venía de hace apenas unos 10 o 15 años atrás cuando muchos, pero resulta asombroso saber que inició a finales de la década de los sesenta con actores y actrices de la talla de Angélica María, Resortes, la India María, la famosa época de Máscara vs. Cabellera, etc., pero esto en realidad, se analizará con más detalle en el punto 4.3 que es también de éste capítulo y que se encarga de analizar a los que conforman este nuevo cine.

Las películas más celebres, de los setenta a fines de los noventa, con pocas excepciones, son producciones de cine estatal o del cine independiente. La empresa privada entra en su propia crisis de producción y de público después de haber inundado la pantalla grande y el video con material repetitivo, barato y de poco interés. En el periodo actual se acentúa la pérdida del público y solo en escasos momentos, el cine mexicano ha logrado reconquistar ciertos espacios perdidos.

Pero no todo es crisis, también han surgido factores positivos y alentadores para el cine mexicano y sus realizadores. En el cine mexicano más reciente, el éxito internacional tan asombroso de la película “Como agua para chocolate” generó un mayor interés en Hollywood por el talento cinematográfico mexicano. Hoy en día varios directores mexicanos como los son: Luis Mandoki, Alfonso Arau, Guillermo del Toro, y Alfonso Cuarón han realizado películas con financiamiento norteamericano.

De igual manera, en el sexenio de Carlos Salinas de Gortari hubo un claro repunte cinematográfico, una notable generación de realizadores debutó en producciones que alcanzaron gran éxito en taquilla y de la crítica internacional. Como reconocimiento a este nuevo florecimiento del cine mexicano se percibe a fines de los ochenta y principios de los noventa que México es el País que está produciendo el mejor cine en todo Latinoamérica, de acuerdo a lo que aseguran diversos investigadores.

Cuando parecía que se estaban haciendo las bases y desarrollando el talento para un proyecto cinematográfico de calidad e interés, a fines de 1994, el país entra en otra difícil crisis económica y política que afecta profundamente al cine mexicano.

La generación de la crisis, a pesar de las políticas oficiales erradas y de las tendencias poco prometedoras para el quehacer cinematográfico hubo algunas producciones significativas en este periodo, un nuevo grupo de directores logró debutar. Esta generación contribuyó a la realización de algunas de las más creativas y significativas producciones de la década de los ochenta. Esta generación compartía varias características en común:

- 1.- Sus producciones abordaron la temática de la desintegración de las institucionales y de las relaciones sociales.
- 2.- Sus cintas desarrollan con gran cuidado a personajes masculinos, mientras que las representaciones de mujeres generalmente se encontraban en segundo plano. En esta etapa la mayoría de las películas son autobiográficas.
- 3.- Esta generación de cineastas demostró sus aciertos y gran talento en la realización de su opera prima.
- 4.- Dicha generación aparece en uno de los momentos económicos y políticos más difíciles del México contemporáneo.

Las producciones de estos nuevos directores reflejaron perspectivas cinematográficas frescas, además de contar con un excelente uso del talento artístico, imaginativos guiones y una inteligente dirección.

La década de los ochenta se caracterizó por una década difícil para México y su cinematografía, las políticas oficiales respecto al cine y la baja calidad de la mayoría de las producciones de la empresa privada profundizaron la crisis general de la industria cinematográfica; sin embargo, se debe reconocer que los escasos éxitos en taquilla que se dieron en esta década, fueron en su gran mayoría de ciertas cintas de la empresa privada que dominó la producción y la exhibición cinematográfica del País. Cuatro fueron los temas que sobresalieron en sus filmes de éxito: la comedia, cine de acción y aventuras, reflejos de vecindad y de la clase obrera y la violencia e inseguridad urbana.

Esta década significaría el último periodo de auge del cine de empresa privada por la repetitiva temática y la mala calidad de sus cintas, las producciones de empresa privada experimentaron un fuerte declive; sus entradas de taquilla nacional y del extranjero cayeron dramáticamente, produciendo así una aguda crisis para este cine y sus realizadores.

En ese periodo, la crisis del cine mexicano era evidente, el contexto económico y político del País sin duda alguna contribuyeron a ella. Desde la década de los ochentas, México ha estado sumergido desde una de las más profundas crisis del siglo XX. La inflación acelerada, la deuda externa, un crecimiento negativo, la fuga de capitales y una caída dramática en los niveles de vida de la clase socioeconómica media y de los trabajadores... pusieron al País en una situación muy difícil.

El cine mexicano actual está en crisis, una crisis que ha durado tanto que ya se acepta como normal. El cine mexicano que se hace ahora sólo se puede definir como lo afirma Leonardo García Tsao en su libro de *Cómo acercarse a... el cine* "un churro", dice "hoy en día no existen directores, ni guionistas, ni fotógrafos, ni actores de talento. El único cine mexicano bueno que se ha hecho es el de la época de oro en los cuarenta". Por lo mismo conviene hacerse la pregunta que sugiere también este autor y la cual es muy cierta porque es lo que ha pasado en los últimos años con nuestro cine, ya que en la realidad, el País; en sus recortes presupuestales no tiene entre sus prioridades salvar al cine mexicano: "¿Para qué se van a preocupar los productores privados por mejorar la calidad de sus películas si con la basura que han engendrado por años han inflado su cuenta bancaria?" (GARCÍA, Tsao; 2001:103).

El País debería colaborar firmemente con las producciones independientes, ya que si el productor demuestra la iniciativa de financiarse su propia película, lo ideal entonces sería que la Nación les facilitara el camino y solventara las etapas más complicadas y costosas como son la difusión, distribución y exhibición.

Éste mismo autor dice que otro grave problema del nuevo cine mexicano es que "el poco cine no comercial pero de calidad que se realiza, no encuentra su público, es decir, el público de las clases populares paga por ver la "basura" que actualmente se exhibe, porque de cierta manera dicho público ya está acostumbrado a consumirla debido a que no se le ha sabido ofrecer algo distinto. (GARCÍA, Tsao; 2001: 106-107). Por otra parte, pero dentro del mismo punto, el público de clase media asiste a ver cualquier película estadounidense, mostrando así un tipo de rechazo por el cine mexicano en general".

Afirma, que para que el nuevo cine mexicano de calidad tenga un público, primero tiene que existir". (GARCÍA, Tsao; 2001: 106-107).

Algunas de las películas más recientes del nuevo cine mexicano son: Como agua para chocolate (1991), Gertrudis (1991), Playa Azul (1991), Cómodas mensualidades (1990), Bandidos (1990), Danzón (1990), La mujer de Benjamín (1990), el viaje (coproducción con Argentina) (1990), Ciudad de Ciegos (1990), Serpientes y escaleras (1991), Modelo antiguo (1991), Los años de Greta (1991), Miroslava (1991), Sólo con tu pareja (1991), El muro del silencio (1992), En medio de la nada (1992), Ámbar (1992), Vagabunda (1992), Bartolomé (1992), Principio y fin (1993), Fresas y chocolate (coproducción con Cuba) (1993), En cualquier parte fuera del mundo (1993), En el paraíso no existe el dolor (1993), sexo, pudor y lágrimas (1998), la segunda noche (1999), Inspiración (2001), Amores perros (2001), Serafín (2001), Atlético San Pancho (2001), Crónica de un desayuno (2000), Y tu mamá también (2001) y La habitación azul (2002), entre otras.

En el intento de reducir la inversión estatal en la producción, IMCINE impulsó nuevos caminos apoyando de esta manera al Fondo para el Fomento de Calidad Cinematográfica, creado con la participación de varios miembros del sector privado de la industria del cine y de los sindicatos. Los recursos distribuidos por el Fondo han sido muy importantes en la realización de nuevas producciones. Un segundo esfuerzo significativo de IMCINE en la búsqueda de nuevos productores, fue la firma de un convenio con una de las mayores empresas de televisión de España para realizar coproducciones de películas.

Estos incentivos ayudaron a México a distribuir sus recursos hacia un mayor número de proyectos y a convertirse más bien en una fuente de financiamiento inicial para los cineastas que en el único productor al que podían acudir.

La nueva administración del presidente Ernesto Zedillo Ponce de León, trajo cambios en la cinematografía nacional. En ocasiones, el ejecutivo asignó considerables recursos para el fomento de la producción de cine narrativo. Al inicio de su sexenio, el embajador Jorge Alberto Lozoya fue nombrado titular de IMCINE; en tres años que duró a cargo, la crisis económica, la falta de un proyecto claro y la inexperiencia de su equipo restó méritos a su trabajo; a mediados del tercer año empezó la producción de ciertas películas de las cuales la más importante fue Cilantro y Perejil.

Con la llegada del nuevo director de IMCINE, Diego López Rivera, se restauró un ambiente entusiasta para el cine. Él y su nuevo equipo, dieron prioridad a la producción e intentaron mejorar la exhibición y distribución del cine mexicano.

En una entrevista realizada a Vicente Castellanos, maestro de cine de la UNAM, afirmó que:

“Las medidas que ofreció el ex presidente Ernesto Zedillo para apoyar la producción cinematográfica, fueron:

- 1.- El cambio del control de la Cineteca Nacional, de la Secretaría de Gobernación a la Secretaría de Educación Pública a través de CONACULTA.
- 2.- El otorgamiento de recursos por diez millones de pesos que se utilizarían en la protección de acervos fílmicos, en el rescate de materiales y en la adquisición de nuevos filmes.
- 3.- La preparación (por parte de la Cineteca) de nuevas copias de las cintas más representativas del cine nacional con la única finalidad de establecer un circuito de exhibición en todo el País.
- 4.- La modernización de los estudios Churubusco-Azteca.
- 5.- El incremento en el presupuesto de IMCINE a diez millones de pesos.
- 6.- El compromiso de la Secretaría de Educación Pública, la Secretaría de Hacienda y CONACULTA para elaborar un proyecto que permitiera establecer el Fondo para la producción cinematográfica de calidad”.

Derivado de varias investigaciones en Internet y otras fuentes, se concluye que los puntos arriba mencionados, casi en su totalidad se han llevado a cabo, y casi en su totalidad, porque por mencionar un ejemplo, nos podemos dar cuenta que en lo que se refiere a la modernización de los estudios Churubusco-Azteca, éstos hoy en día cuentan tecnología de punta gracias a fondos recaudados no precisamente por parte del gobierno federal.

Respecto a los otros puntos se puede decir que se han cumplido no en su totalidad, pero si en gran parte.

Otro cambio importante se dio en la década de los noventa, cuando la diputada del PRD y dirigente de la Comisión de Cultura de la Cámara de Diputados, encabezó un esfuerzo por reformar la Ley Cinematográfica, la cual después de un año de negociaciones fue aprobada y algunos de los puntos que ahí quedaron establecidos son: se destina el 10% de exhibición en pantalla para películas mexicanas (lo cual, al menos en Morelia, no se cumple), estímulos fiscales para la producción y distribución de cintas mexicanas y la creación de un fideicomiso denominado Fidecine, entre los más importantes.

De acuerdo con lo que dice el periodista Rafael Aviña de la revista *Cinemanía*, No. 17 que: "Actualmente la violencia y la sobrevivencia urbana se han convertido en el principal tema del cine mexicano más reciente, es decir; que las contradicciones de una sociedad bárbara e inclemente, que tiene sus desfogues en un set de televisión, un edificio de departamentos o una vecindad", es totalmente cierto, ya que un 98 por ciento de las actuales películas mexicanas se dan en dichas circunstancias. Es un cine que despierta odios, pasiones o silencios, producciones que se aprovechan de la ausencia de los papás o de la privacidad de la recámara de un amigo, para observar breves escenas de sexo...en sí esto es lo que es el nuevo cine mexicano, un cine procesado en ocasiones, que indigna o sorprende por sus temas". (*Cinemanía* #17; 2002:60)

## 4.2 LA GENERACIÓN DEL NUEVO CINE MEXICANO

Antes de empezar con esta parte del capítulo, cabe destacar que la producción cinematográfica mexicana en los últimos años ha disminuido de manera alarmante, en parte debido a las terribles crisis económicas por las que ha atravesado el país entre 1982 y la primera mitad de los noventa. En general se puede observar que, ante una retracción del Estado en la producción cinematográfica, ya no hay un crecimiento real de la producción durante el decenio pasado, de 1980 a 1989, y el panorama para los noventa no parecía muy alentador al iniciar la década, con un descenso abismal de los 104 filmes producidos en 1990, a las 14 películas que se produjeron en 1995, y 16 en 1996.

*Lo anterior es importante saberlo y aparte de todo esto, otro factor que ha contribuido a este terrible problema, es precisamente...la nueva generación, quienes han optado, como se decía anteriormente por producir cine "basura", que no cuenta con un tema original que sorprenda al público.*

En la segunda mitad de los años sesenta se notaba ya la presencia de la nueva generación. Tales surgimientos fueron posibles gracias a la aparición de nuevos cineastas con obras novedosas, una generación formada en escuelas de cine, conectada con revistas especializadas e influyentes, que clamaban por un nuevo cine que no tuviera absolutamente nada que ver con el que hasta entonces se realizaba.

Una nueva generación de directores reinicia el florecimiento contemporáneo del cine mexicano. Esta reciente generación de la década pasada alcanzó en poco tiempo éxitos muy importantes que han sido aclamados a nivel nacional e incluso internacional".

Esta nueva generación, tiene ciertas características que a continuación se definen:

- A diferencia de los directores de las generaciones anteriores (quienes estudiaron y practicaron en el exterior), la mayoría de los nuevos directores realizaron sus estudios en el CCC y en el CUEC, para después trabajar como asistentes de los directores mexicanos ya con renombre. Esto se debe primordialmente a dos factores: a la expansión y el impulso



académico de las escuelas de cine de México y el descenso de las becas y oportunidades para estudiar en el extranjero.

- La generación de la década pasada abrió una valiosa relación maestro-alumno con las dos generaciones anteriores, lo cual es importante.
- La nueva generación de cineastas ha gozado de la amistad, apoyo profesional y dirección tanto de la generación del 68' como de la generación de la crisis, a diferencia de las relaciones aisladas y en ocasiones conflictivas que existieron.
- Los directores de los noventa han determinado un mayor control sobre muchos más aspectos de la producción fílmica, punto que no lograron o intentaron las dos generaciones anteriores.
- Las condiciones económicas del País y las actuales políticas cinematográficas han forzado a los nuevos directores a ser más creativos y a involucrarse en todos los aspectos de la producción como por ejemplo: el financiamiento, la producción, la publicidad e incluso la distribución.
- Los nuevos directores saben que gran parte del éxito que pueden obtener depende de su esfuerzo personal.
- Los directores están conscientes de la necesidad de buscar nuevos socios en la producción de sus películas, incluyendo cooperativas nacionales y coproductores internacionales.
- La influencia de los realizadores de documentales es más evidente en las producciones de esta nueva generación. Varios escritores y periodistas coinciden en señalar que gran parte de los directores de cine mexicano, inició su carrera como documentalistas, logrando algunos de ellos combinar la producción de largometrajes con la de documentales.
- En la nueva generación existe un mayor apoyo mutuo entre sus miembros en comparación a la de generaciones anteriores.

- "Es una generación que ya formó su cinéfila y después su oficio, el video". Clío; 1997: Introducción).
- La nueva generación, incluye a directores como: Francisco Athié, José Buil, Alfonso Cuarón, Alfonso Arau, Guillermo del Toro, Eva López Sánchez, Alejandro Gamboa, Rafael Montero, Juan Calos Valdivia, Antonio Serrano, Luis Estrada, Juan Carlos Rulfo, Julio Sosa Pietro, Carlos Marcovich, Fernando Sariñana, Edwin Neumalier, Roberto Sneider, Juan Pablo Villaseñor, María Novaro, Busi Cortés, León Méndez Berman, Santos Mar, Alberto Isaac, Manuel Michel, Arturo Ripstein, José Bolaños, Luis Carlos Carrera y Dana Rotberg, entre otros.
- Más de una tercera parte de los directores de los noventa, son mujeres (María Novaro, Busi Cortés, Dana Rotberg, Maryse Sistach...).
- No sólo hay más mujeres atrás de cámaras, sino también delante de ellas.
- Generación de cineastas más joven en la historia del cine.
- Las directoras del nuevo cine mexicano se han enfocado en temas que han sido tradicionalmente desarrollados por sus contrapartes masculinos.

Esta nueva generación ha creado y cultivado una mayor variedad de géneros, como son, las historias de mujeres, los temas históricos con nuevos enfoques, las comedias, la política y las cuestiones sociales, así como el cine de aventura, y de ciencia ficción. Entre estas películas, se encuentran: El misterio de los Mayas, Bienvenido-Welcome, ¿Quién diablos es Juliette?, El coronel no tiene quien le escriba, Sexo, pudor y lágrimas, Un dulce olor a muerte, Ave María, La ley y la pistola, Amores Perros, Santitos, Las delicias del poder, Atlético San Pancho, El callejón de los milagros, Contra Reloj, La ley de Heródes, Sin dejar huella, Violeta, El cometa, Cien años de cine en Latinoamérica y El rizo, entre otras.

Hay una nueva generación de directores, actores, cineastas, guionistas, con una gran capacidad y motivación para seguir por la vía de la calidad artística que ha caracterizado a las últimas producciones cinematográficas. Los avances han sido de tanto impacto que por primera vez desde la época de oro, el cine mexicano ha logrado recobrar algo del esplendor que lo definió en ese tiempo.

La nueva generación la conforman todos aquellos, directores, productores, guionistas, actores... que empezaron a realizar sus películas desde finales de la década de los sesenta hasta nuestros días. Al ser cientos de nombres imposibles de enumerar, esta investigación se concreta en dar los datos desde el inicio del ya tan famoso nuevo cine mexicano, para que el interesado busque por su cuenta los nombres de quien o quienes le interesen.

### 4.3 SUS CARACTERÍSTICAS

Una de las áreas con mayor influencia estatal en la industria del cine ha sido a través de las agendas de trabajo de los funcionarios encargados del cine. Sus acciones han tenido un impacto enorme en el cine mexicano; debido al carácter político de sus nombramientos, estos funcionarios no solo están en capacidad de determinar el tono y dirección de las políticas estatales, sino que personalmente pueden decidir sobre las políticas de producción, distribución, publicidad y censura.

Están en una posición que les permite impulsar y promover cierto tipo de películas y desestimular y obstaculizar otras.

Las pocas o muchas características que a continuación se presentan, son resultado del análisis de una serie de películas que son consideradas como nuevo cine mexicano.

Con el surgimiento de la nueva generación de directores mexicanos la pantalla grande se llenó de nuevos temas, un discurso narrativo más fresco e innovadoras técnicas de producción.

El rol reciente de la mujer en la representación cinematográfica representa una clara ruptura con el pasado. Un gran número de películas se han enfocado en personajes femeninos en muy diferentes situaciones, representando a mujeres de todas las edades, clases sociales y profesiones, por ejemplo en las películas de Nocturno Rosario, La mujer de Benjamín, Mi querido Tom Mix, Serpientes y escaleras, Gertrudis y Miroslava, entre otras.

Algunas películas combinan una gran fotografía llena de color con una visión pesimista de la vida y hasta fatalista en lo que se refiere a la posibilidad del individuo de cambiar su propio destino. Se hace también una severa crítica al fanatismo religioso y la marginación social predominantes en el discurso narrativo.

Se maneja mucho la interacción de los diferentes miembros de la familia, especialmente de las mujeres. En la película de Como agua para chocolate, el vestuario y otros elementos, ayudan a lograr una recreación histórica sorprendente de la época.

Una característica recurrente en las nuevas películas de la generación actual es el hecho de que abordan el tema de las relaciones interpersonales fuera de lo convencional. Los mensajes son similares: los vínculos afectivos entre los personajes son complejos y mucho más inestables que en el pasado. En el cine se refleja la realidad de las relaciones humanas actuales.

En las nuevas producciones, las imágenes de estabilidad de las familias convencionales prácticamente desaparecen de la escena, manejado de otra forma, se puede decir que reflejan la desintegración de la familia tradicional y de sus valores.

La búsqueda de nuevas fórmulas, la necesidad de poner por delante el interés individual y la pérdida del optimismo hacia el futuro parecen ser las normas que guían a los personajes de estas nuevas producciones cinematográficas.

En lo que se refiere a los papeles masculinos, estos se caracterizan por estar alejados del típico machismo mexicano, por ejemplo en las películas de *La mujer de Benjamín* y *El costo de la vida*; los personajes masculinos son multidimensionales y muestran tanto la debilidad como la fortaleza, las virtudes y defectos del hombre actual.

Como en otros periodos del cine mexicano, los temas históricos continúan siendo una fuente de inspiración para los cineastas. Tres aspectos del pasado mexicano han sido el foco de atención de los nuevos directores: el periodo precolombino, la conquista, el legado colonial y la década de los cuarenta y cincuenta. En las cintas que tratan estos temas, se enaltece la herencia indígena y se condena la colonia de los españoles en el nuevo continente y del alto costo humano de un mestizaje forzado.

Otra tendencia relacionada al nuevo cine mexicano es la ubicación de algunas de sus producciones en épocas históricas pertenecientes al pasado más reciente, principalmente a las décadas (como ya se manejó en el párrafo anterior), de los cuarenta y cincuenta.

Estas películas se dedican a examinar varios aspectos de la sociedad mexicana, con especial referencia a las condiciones de vida y al rol asignado a la mujer.

En las películas de *El secreto de Romelia*, *Modelo antiguo* y *Serpientes y escaleras*; usan el pasado para revalorar de manera crítica la historia social de la mujer mexicana. Estas cintas, muestran las pocas opciones que existían para la mujer en décadas pasadas.

La reciente crisis económica, política y social y sus efectos sobre la población es otro tema central de la nueva producción cinematográfica de México.

Por otro lado, los temas públicos son también una parte fundamental del cine mexicano contemporáneo, a pesar de la censura o supervisión artística, varios directores han realizado cintas sobre este tema. En las películas, *Días difíciles* y *Morir en el Golfo*, se desarrollan temas tales como los altercados existentes entre los poderes regionales y la autoridad regional, la corrupción, la política (que está tan de moda), los problemas entre el sector privado y el Estado y la pérdida de legalidad política del gobierno.

En estas dos películas existen ciertas limitaciones de la cinematografía mexicana en torno al tema político. Temiendo a la censura, varias veces los directores conceden significativas concesiones o bien realizan un tipo de autocensura para salir adelante con sus producciones. El resultado en la mayoría de los casos es el constante deterioro de su mensaje inicial.

Por otra parte, la comedia en los años recientes, ha decaído en calidad. Sin embargo, la nueva generación ha hecho algunas notables aportaciones. Por ejemplo en la película de *Intimidad*, es una comedia que incluye a personajes y situaciones de la clase media; ésta película combina la sátira social con aspectos de la crisis existencial del individuo.

Continuando con la comedia, en la película *La tarea*, el film es en sí un ejercicio de la fotografía experimental, incluye los temas del autodescubrimiento femenino y la experimentación sexual con un gran realismo.

Otra característica de algunas de las películas del nuevo cine mexicano, es el énfasis que brindan a los temas de provincia, son una producción de películas que reflejan e incorporan las diversas caras de México.

Una característica más del nuevo cine mexicano, es que éste es notable por la carencia de cintas de aventuras, por lo tanto, una posible explicación es el alto costo que significa realizar este tipo de películas.

Por su parte, el sector privado ha realizado películas de esta naturaleza, sin embargo; estas resultaron de tan baja calidad que los nuevos directores se encuentran temerosos de no poder recibir una buena aceptación de sus trabajos por parte del público y de los críticos de cine.

La década de los noventa se caracteriza por producir sexicomedias, thrillers policíacos y una que otra historia de denuncia política de bajo presupuesto y también de baja calidad.

La primera fase de esta nueva era, se ha caracterizado por una impresionante producción en la que tanto los más experimentados como los nuevos directores han unido sus esfuerzos y como resultado se ha observado un cierto retorno del público mexicano hacia su cinematografía nacional, sin embargo; la misma recuperación del público para el cine mexicano, está lejos de ser permanente.

Una última característica es que no han sido resueltos la corrupción, las limitaciones y el favoritismo para la exhibición de películas mexicanas y el fortalecimiento de esta industria cinematográfica.

El cine mexicano actual antes de pensar en hacer una buena película, busca más los recursos económicos que ésta le pueda generar.

Este cine de hoy avanza ante el desconcierto de una industria declinante, un gobierno inseguro, un público que crece y exige cada vez más.

El futuro cine mexicano dependerá entonces de la creatividad, tenacidad y compromiso de quienes integran la entidad fílmica mexicana.

## 5. EL ENTRETENIMIENTO Y LA AUDIENCIA EN MORELIA

### 5.1 LA OFERTA DE ENTRETENIMIENTO EN MORELIA

Hoy en día, la capital moreliana cuenta con una oferta de entretenimiento demasiado extensa. La gente puede escoger entre una diversa gama de opciones que existen para pasar sus ratos libres.

A continuación se enumerarán éstas opciones con la finalidad de que el lector se de cuenta de que ahora en el año 2002, existen en realidad muchas formas de entretenimiento que van desde ver simplemente una serie televisiva en la comodidad de la casa o hasta ir a bailar a un centro nocturno y; en nuestro caso, ir a ver un filme.

#### BARES, PEÑAS Y MÁS...

\*Los datos que a continuación se presentan, es información actual recopilada en la Secretaría de Turismo del Estado.

Cabe destacar que los términos empleados para definir las siguientes categorías, fueron establecidas por SECTUR.

| <b>PUNCHIS,<br/>PUNCHIS.</b><br>(6) | <b>PEÑAS</b><br>(5) | <b>VARIADOS</b><br>(3) | <b>TROPICAL</b><br>(2) | <b>RETRO</b><br>(17)     |
|-------------------------------------|---------------------|------------------------|------------------------|--------------------------|
| XO-Club                             | El Colibrí          | X-IT                   | Sabrosón               | Siglo XVIII              |
| Siglo XVIII                         | Bohemia V           | Bailongo               | La Casa de la Salsa    | La casa de los Espíritus |
| El Metro                            | León de Mecenaz     | La Puerta de Alcalá    |                        | La Inquisición           |
| Intermix                            | Bola Suriana        |                        |                        | Viva México              |
| Señor Frog's                        | El Greco            |                        |                        | Los hijos de la Malinche |
| DV8                                 |                     |                        |                        | Casa Mora                |
|                                     |                     |                        |                        | Frida                    |
|                                     |                     |                        |                        | Águila o Sol             |



|  |  |  |  |                      |
|--|--|--|--|----------------------|
|  |  |  |  | Las Musas            |
|  |  |  |  | Salamandra           |
|  |  |  |  | La Tertulia          |
|  |  |  |  | Strauss              |
|  |  |  |  | Yesterday            |
|  |  |  |  | El Grado             |
|  |  |  |  | Barra Brava          |
|  |  |  |  | Carlos &<br>Charlies |
|  |  |  |  | Limbo                |

| <b>BARES</b><br>(28)      | <b>CAFÉS</b><br>(14)      | <b>TABLE</b><br>(5) | <b>GAYS</b><br>(2) |
|---------------------------|---------------------------|---------------------|--------------------|
| El rincón de los sentidos | Lilian's Coffees          | Éxtasis             | Las margaritas     |
| La lámpara de Aladino     | Café del Conservatorio    | El plantón          | Las rojas          |
| El Patio                  | Café Ocampo               | Exceso              |                    |
| Phindecua                 | La casa del portal        | Play Boy            |                    |
| Sancho Panza              | La Condesa                | Manhattan           |                    |
| La Arboleda               | Café Caterina             | Boy's House         |                    |
| Señorial                  | La hostería del callejón  |                     |                    |
| Arcus Bar                 | Casa Mora                 |                     |                    |
| El Rincón Real            | El rincón de los sentidos |                     |                    |
| La Vitualla               | Vip's                     |                     |                    |
| Insurgentes               | Café Europa               |                     |                    |
| Kollin's Piano Bar        | Café del Olmo             |                     |                    |
| La Mancha                 | La casa de la Calzada     |                     |                    |
| Virrey Bar                | Samborns                  |                     |                    |
| El Tecolote               |                           |                     |                    |
| Monterrey Bar             |                           |                     |                    |
| Emiliano's                |                           |                     |                    |
| San Miguelito             |                           |                     |                    |
| La Porfiriana             |                           |                     |                    |
| Rincón de los Remedios    |                           |                     |                    |
| Western Rodeo Bar         |                           |                     |                    |
| Cantina de los Remedios   |                           |                     |                    |

|                  |  |  |  |
|------------------|--|--|--|
| La Condesa       |  |  |  |
| La Caldera       |  |  |  |
| All This Pub     |  |  |  |
| One Dólar Drinks |  |  |  |
| Zoom Disco Bar   |  |  |  |

## MUSEOS Y TEATROS:

| <b>TEATROS</b><br>(7)   | <b>MUSEOS</b><br>(15)          |
|-------------------------|--------------------------------|
| El Corral de la Comedia | Museo Regional Michoacano      |
| José María Morelos      | Museo Casa de Morelos          |
| Ocampo                  | Casa Natal de Morelos          |
| Esthela Inda            | Museo del Estado               |
| La Casona del Teatro    | Sala Melchor Ocampo            |
| Samuel Ramos            | Sala Vasco de Quiroga          |
| Rubén Romero            | Museo de las Máscaras          |
|                         | Museo de Arte Colonial         |
|                         | Museo de Arte Contemporáneo    |
|                         | Museo de Historia Natural      |
|                         | Planetario                     |
|                         | Museo de Geología y Mineología |
|                         | Orquidario                     |
|                         | Parque Zoológico Benito Juárez |
|                         | Casa de las artesanías         |

Aunque no precisamente dentro de la Ciudad, en los alrededores de Morelia, se encuentran también diversos lugares que pueden ser de interés para las personas que deciden ocupar su tiempo libre en lugares no tan comunes y después de una pequeña pero significativa investigación, nos damos cuenta de que estos sitios también son muy concurridos por las personas.

- Geiser de Ixtlán (Zamora)
- Lago de Camecuaro (Zamora)
- Parque Nacional (Uruapan)
- La Tzaráracua (Uruapan)
- Cocodrilario (Uruapan)

- Muelle General (Pátzcuaro)
- Muelle San Pedrito (Pátzcuaro)
- Zona Arqueológica Las Yácatas (Pátzcuaro)
- Santuario de la Mariposa Monarca (Angangueo)
- Museo Casa Parker (Angangueo)
- Grutas La Tziranda (Ciudad Hidalgo)
- Exconvento de Cuitzeo
- Zona Arqueológica de Ihuatzio
- Zona Arqueológica de Tzintzuntzan
- Zona Arqueológica de Tingambato
- Zona Arqueológica de San Felipe de los Alzate
- Zona Arqueológica: Tres Cerritos
- Zona Arqueológica: La Nopalera
- Museo de artes Populares

Por lo regular, la mayoría de los habitantes de Morelia (afirmación en la cual me incluyo), tienen la idea de que en esta Ciudad existen muy pocos lugares en los cuales pueden pasar un rato ameno en compañía de sus amigos o familiares, sin embargo; y como el lector de esta tesis ya se habrá dado cuenta, existen muchos sitios (dentro o fuera de la Ciudad), donde puede acudir a satisfacer alguna necesidad de diversión. (Ésta afirmación se hace sustentado en un pequeño sondeo que se realizó en ésta Ciudad a algunos de sus habitantes, acerca de la oferta de entretenimiento y cinematográfica existente en Morelia).

Hoy en día, se están y se seguirán abriendo más de éstos sitios de diversión, por lo mismo; conviene preguntarnos ¿Qué lugar ocupará el cine nacional en los próximos años, si no será ya la única opción de entretenimiento? Tal vez algunas personas contesten a esta pregunta como *“bajará mucho su nivel de audiencia”* o tal vez otros como *“no hay de qué preocuparse, por algo existe la tecnología... ya habrá nuevas formas de disfrutar una película”*, a ciencia cierta,

nadie sabe lo que pasará con el cine y lo que es más preocupante, con NUESTRO cine; por eso lo único que se puede hacer por el momento, es esperar y no dejar a un lado el cine nacional, tenemos que poner en primer lugar los filmes mexicanos antes que los extranjeros.

Pero, no es el caso de esta tesis el dar al receptor una lista de estos lugares, sino demostrar que debido a que existen todos éstos sitios en la actualidad, el individuo tiene más opciones de dónde escoger; motivo por el cual se está perdiendo el interés de ver películas nacionales. Aparte de que también influyen en su decisión los filmes estadounidenses, los cuales se encuentran llenos de efectos especiales, mientras que debido a los bajos recursos económicos con los que cuenta la industria cinematográfica de México, nuestras películas no llegan a tener ni siquiera una buena historia o fotografía.

Una vez vistos todos éstos sitios de entretenimiento, conviene entonces pasar al segundo punto de éste capítulo número cinco, donde se hablará de la mucha o poca, oferta cinematográfica.

## 5.2 LA OFERTA CINEMATOGRAFICA EN MORELIA.

NOTA: Con la finalidad de hacer de ésta tesis, un documento confiable; para medir la oferta de entretenimiento y cinematográfica de Morelia, además de las investigaciones que se hicieron a través de la Secretaría de turismo en el Estado, mediante la cual se pudo observar los sitios de interés y las salas cinematográficas que existían en la administración pasada y las existentes hoy en día, lo cual comprueba que han aumentado tanto en número como en calidad, también se realizó un pequeño sondeo entre la gente de Morelia para saber su opinión acerca del tema.

Como se pudo observar en el punto anterior de este capítulo, existe una gran oferta de entretenimiento en Morelia, pero respecto a la oferta cinematográfica, ésta es muy escasa, sin embargo; la existente no deja de ser buena.

Los complejos cinematográficos que se encuentran ubicados en la Ciudad son hoy en día un total monopolio que ha venido haciendo Organización Ramírez desde años atrás y que hoy, ha llegado a su plenitud.

Derivado de las entrevistas realizadas a conocedores de cine, se ha llegado a la conclusión de que dicho monopolio ha llegado a tal punto que han prohibido la entrada a otras empresas cinematográficas y las que logran entrar no tardan mucho en cerrar sus puertas, precisamente por el monopolio Ramírez de Morelia.

Lo único que trata dicha empresa es de acaparar lo más que se pueda en su mercado y tan es así que ya se asoció con la empresa Multicines de Ecuador, que opera en Quito, para la proyección de películas en salas múltiples en ese país, pretendiendo revivir una agonizante afición por la cinematografía, sobre todo entre los jóvenes.

El cine de de esta capital, ha llegado a lo que es hoy, sólo porque es la única opción con la que cuentan las personas de esta capital para poder disfrutar de un filme.

Cinepolis Morelia, ofrece a sus espectadores, todos los estrenos, para que éstos puedan disfrutar de sus películas favoritas con un buen trato, servicio y sobre todo en la comodidad de las salas. Aunque Cinepolis sea y tal vez seguirá siendo la única empresa de cine en ésta capital moreliana, realmente ofrece (dentro de sus posibilidades) una oferta cinematográfica muy buena.

Aunque los precios son un tanto elevados no en el boleto, sino en la dulcería (por mencionar algunos precios, están la botella chica de agua a \$12, las palomitas en \$20...), de alguien escuché alguna vez que dijo que el público es fiel al cine en donde sea...aunque éste sea caro; lo cual es muy cierto, ya que de no ser así todas las salas cinematográficas del País y del mundo entero, estarían a punto de llegar a la ruina total, o simplemente ya los productores y directores (de cine), ya no se interesarían por pensar en nuevos proyectos.

En cuanto a la exhibición de películas nacionales, la ley federal de cinematografía, dice que el 10 por ciento de exhibición en pantallas, será destinado a películas mexicanas.

Después de un monitoreo realizado por un periodo de dos meses y medio, nos pudimos dar cuenta de que esta ley no se cumple (al menos en Morelia), ya que casi el 95 por ciento de las películas que se exhiben y de la duración que éstas tienen en cartelera, son extranjeras y principalmente de Estados Unidos.

Derivado de éste análisis, nos damos cuenta que las películas mexicanas no duran más de tres semanas en cartelera y esto, sólo las más taquilleras, como lo fueron en su momento las películas de "sexo, pudor y lágrimas" ó "Y tú mamá también", mientras que la película de "Atlético San Pancho" (por mencionar un ejemplo) tuvo una duración de dos semanas, exhibiéndose solamente en la función de matinée.

Por su parte, algunas películas hollywoodenses, llegan a durar hasta más de tres meses en cartelera como fue el caso de "Titanic" ó la película de "Pearl Harbor", que le faltó tan sólo una semana para con el lapso de tiempo antes señalado.

En general, se puede decir que la oferta y demanda cinematográficas de Morelia, son buenas y de hecho hay buenas entradas, aunque no en todas las películas que se exhiben, pero sí en la mayoría.

El siguiente es un ejemplo de las entradas que hay a las películas que se exhiben en el complejo cinematográfico plaza las Américas de la Ciudad.

\*Se decidió tomar el ejemplo de dicho complejo, ya que es el más concurrido por los espectadores.

| <b>CINE</b> | <b>SALA</b> | <b>PELÍCULA</b>          | <b>TOT. ENTRADAS</b> |
|-------------|-------------|--------------------------|----------------------|
| CPPZA       | 1           | Miss Simpatía            | 939                  |
| CPPZA       | 2           | Leyendas de Vida         | 647                  |
| CPPZA       | 3           | Experta en Bodas         | 250                  |
| CPPZA       | 3           | Sexo Ibiza               | 221                  |
| CPPZA       | 4           | 5 Evas 1 Adán            | 215                  |
| CPPZA       | 4           | Bailando en la Oscuridad | 380                  |
| CPPZA       | 5           | Llegó el Recreo          | 207                  |
| CPPZA       | 5           | Enemigo al Acecho        | 726                  |
| CPPZA       | 6           | Spot                     | 498                  |
| CPPZA       | 6           | Malena                   | 337                  |
| CPPZA       | 7           | Y tú mamá también        | 3140                 |
| CPPZA       | 8           | La momia regresa         | 2001                 |
| CPPZA       | 9           | La momia regresa         | 1895                 |
| CPPZA       | 10          | 3000 millas al infierno  | 763                  |
| CPPZA       | 11          | Ríos de Color Púrpura    | 896                  |
| CPPZA       | 12          | Segundo Aire             | 1304                 |
| CPPZA       | 13          | Drácula 2001             | 775                  |
| CPPZA       | 14          | Día de Venganza          | 1254                 |
| CPPZA       | 15          | Dulce Noviembre          | 1310                 |
| CPPZA       | 16          | De qué planeta vienes?   | 733                  |

Este cuadro muestra datos reales, que fueron proporcionados por Yadira Medina, secretaria del departamento de Control Interno de Organización Ramírez.

Con las cifras anteriores el lector se cerciorará de que la oferta cinematográfica es buena, ya que de lo contrario, en sólo una semana los cines no tendrían tal número de entradas.

Pasando a lo que es la infraestructura de los cines, se puede decir ésta es también muy buena, de hecho supera por mucho, a varias de salas cinematográficas de Estados Unidos (Por ejemplo. Allá no todas son como las esta Ciudad, es decir, hay menos salas de calidad (como con dolby, thx, asientos

tipo avión, tipo tribuna, etc.). Aunque si hay salas del estilo de Morelia, pero realmente no son muchas.

Ahora que sabemos la oferta de entretenimiento y cinematográfica con que cuenta Morelia, conviene entonces pasar al último punto del capítulo, donde se analizará la audiencia cinematográfica de ésta Capital.



### 5.3 LA AUDIENCIA EN MORELIA

Han pasado muchos años desde que el cine llegó a ésta Ciudad. Ha tenido numerosos cambios, han cambiado las salas, su ubicación... hasta el espectador ha cambiado, ahora es un tanto más crítico, es un público más exigente, que ya no se conforma con poco, cada día pide más y mejores filmes, lo cual se podrá corroborar en el siguiente capítulo, correspondiente al estudio estadístico.

A pesar de todos estos cambios que ha tenido la industria cinematográfica, entrar a una sala a observar un filme, es una forma que el individuo únicamente toma como mero entretenimiento, lo cual se corroborará en el siguiente capítulo.

El cine, le ofrece experiencias que disfruta en toda su magnitud o que en ocasiones le disgustan y hasta llega a odiar, sin embargo todo esto le ofrece una realidad muy diferente a la suya que a veces, la persona se encuentra tan inmersa en ella, que se identifica con los personajes o el ambiente que lo rodea, es decir, se llega a sentir parte de esa realidad.

Casi siempre el espectador (en nuestro caso, el espectador de Morelia), cree que lo que está viendo es algo real, aunque sea sólo el par de horas que dura la película, ya que al salir, se encuentra nuevamente con su verdadera realidad... se encuentra en su mundo real.

El cine entonces, va a ofrecer al espectador un conjunto de valores, ideas y comportamientos, que bien se pueden aceptar o rechazar.

Por lo regular, las personas tienden a ver una película como una búsqueda de valores, que pueden adquirir de ella, buscan poder identificarse con los personajes, con sus anécdotas de vida... incluso llegan a pensar que algunas películas son todo un modelo a seguir. (Conviene que el lector vea el estudio estadístico para que se dé cuenta del por qué de éste párrafo).

Sin embargo, aunque muchos filmes son verídicos, no dejan de ser toda una fantasía, llenos de efectos, de PRODUCCIÓN. No dejan de ser un producto fetiche, que único que busca es distraer al espectador de su verdadera realidad, pero lo malo de todo es que la mayoría de las veces el individuo cree en la realidad que le propone la cinta.

Las personas en muchas ocasiones, imitan conductas, formas de vestir, hablar, pensar, amar, odiar... de aquellos actores que tienen como sus favoritos mientras que llegan otros de moda.

Lo anterior no solo se da en el cine sino también en la televisión. Quieren imitar, a todos aquellos actores o cantantes guapos (as), porque creen identificarse con ellos.

Por otra parte, los elementos propios del cine, como son sonidos, imágenes, oscuridad, etc., ayudan a crear en el espectador una sensación de aislamiento, aunque en realidad, no sea así, ya que verdaderamente se encuentra entre muchas más personas que también comparten la misma emoción.

La audiencia de Morelia, está inmersa en un mar de sentimientos, de emociones externas, que salen a flote al ver un filme, es decir, lloran o se ríen hasta más no poder, al presenciar alguna escena de la película y lo cual no lo harían en algún lugar público, esto de acuerdo a lo que se mencionó (Audiencia) en el segundo capítulo con respecto a la clasificación de los conglomerados que propone Fitcher, es decir de acuerdo a la definición de audiencia que propone dicho teórico, la audiencia cinematográfica se ve sometida a una reacción física o emocional dentro del grupo.

Los espectadores siempre verán una película como algo fuera de lo común que puede hacer "suyo", justo en el momento en que la están viendo. Siempre estarán alerta para "recoger" todos aquellos aspectos que le puedan ser de utilidad en su vida cotidiana.

Gracias al incesante adelanto de la tecnología, el cine también avanzará en gran medida en la intensidad de sensaciones y emociones que despierta en los espectadores, siendo que con esos avances, el individuo disfrutará más un filme y sus emociones crecerán también.

En el cine, la información penetra en la sensibilidad del espectador. Las imágenes intervienen como signos que entran en juego antes de que el conocimiento tome el control.

Cada espectador cinematográfico de Morelia tiene diversos gustos, cultura, valores, educación, nivel socioeconómico...es por eso que una película siempre les despertará diferentes emociones que expresarán también de diferente forma.

Cuando una persona decide ir al cine, la elección de una película dependerá de la publicidad, los actores, recomendaciones por parte de sus amigos y/o familia, y sobre todo de la gratificación que espere recibir.

Pasando a otro punto sobre la recepción del cine, se puede decir que así como un filme puede despertar varios sentimientos en el espectador, otros por ser "aburridos" o por carecer de elementos que lleguen a interesar al individuo, el resultado que el filme da es que los espectadores llegan en ocasiones a quedarse dormidos o salirse de la sala.

Lo anterior es preocupante porque como se dijo en párrafos anteriores, no todas las películas son de total agrado para todas las personas, por lo cual una cinta siempre tendrá una gama enorme de opiniones en el público.

Es por eso, que los espectadores siempre van a ser la mejor publicidad con que pueda contar un filme, porque si les gusta la van a recomendar dentro de lo que es su círculo social, sin embargo si no les gusta, también la van a dar a conocer pero no como la mejor, sino como la peor película que hayan visto.

Muchas veces, las personas eligen una película porque piensan que será interesante verla, sin embargo, a veces no les da la gratificación que habían buscado en ella, pero esto se tratara con más detalle, en los siguientes dos capítulos, encargados del trabajo de campo.

## 6. ESTUDIO ESTADÍSTICO

El siguiente estudio estadístico se realizó en la Ciudad de Morelia, afuera de los tres complejos cinematográficos que existen en esta capital (plaza las Américas, La Huerta y Morelia Centro). Los días que se levantaron las encuestas fueron el domingo 22 y miércoles 26 de junio, debido a que estos dos días son los que cuentan con un mayor número de entradas, en comparación a los días restantes de la semana, de acuerdo a los reportes mensuales de entradas, proporcionados por dijo Yadira Medina, secretaria del departamento de control interno de Organización Ramírez.

Los temas que de manera un tanto general se abordaron son; las necesidades, gustos, intereses, opiniones, conductas, usos, y hábitos, entre otros, del público cinéfilo.

El área de interés que muestra esta encuesta es la denominada *medios de comunicación*, que en este caso se enfoca estrictamente al cine, es decir; se centra en esta área ya que dentro de ella se estudia la emisión y difusión de mensajes, el impacto de los medios y en especial por el comportamiento que muestra el público cinéfilo de esta capital.

Por otra parte, el propósito es proporcionar una información amplia, por lo cual la encuesta se convierte entonces, de tipo exploratorio, ya que serán de mucha ayuda al identificar las características generales o dimensiones del problema, así como también ayudan a identificar las categorías de análisis.

El tipo de muestra es de tipo probabilística y representativa, ya que todas las personas que entraron al cine en los días en que se levantaron las encuestas, tenían la misma probabilidad de ser elegidas.

La unidad estudiada, es la audiencia ya que se pretende comprender el funcionamiento, las características, y las variables que inciden en el cinéfilo a la hora de escoger una película.

La presente fue una encuesta unitaria, ya que se realizó de manera única tratando de responder al problema planteado al inicio de esta tesis.

Se decidió levantar un total de 500 cédulas de encuesta ya que según el investigador PADUA, Jorge, en su libro de *Técnicas de investigación aplicadas a las ciencias sociales*, en la página 50 asegura que al aplicar dicho número, el margen de error que tendría esta investigación es de +/- 5%, es decir; si el tamaño del universo es de 500, el margen de error de +/- 5% es de 216 cédulas.

La cédula se realizó con 12 preguntas, de las cuales 2 de ellas fueron abiertas, con la finalidad de saber más a fondo la opinión del público cinéfilo. Cabe resaltar el interés que se muestra por saber los ingresos mensuales de las personas encuestadas, para darnos cuenta de que nivel socioeconómico de la sociedad, consume más el cine nacional y en general sus respuestas a las siguientes preguntas.

Sexo: 1) F    2) M   

No. Cédula \_\_\_\_\_

Edad: \_\_\_\_\_

Escolaridad:

Ingresos mensuales:

Ocupación:

- 1) De 0 a 1,000
- 2) De 1,000 a 1,500
- 3) De 1,500 a 2,000
- 4) De 2,000 a 5,000
- 5) Más de 5,000

- 1) Estudiante
- 2) Ama de casa
- 3) Empleado
- 4) Trabaja por su cuenta
- 5) Otro: \_\_\_\_\_

1.- ¿Qué tan seguido va al cine?

- 1) Una vez a la semana
- 2) Dos ó tres veces al mes
- 3) Sólo cuando tengo ganas
- 4) Otro: \_\_\_\_\_

2.- ¿Cuál es el motivo que influye en usted para acudir al cine?

- 1) Entretenimiento
- 2) Ir con los amigos o llevar a la novia (o)
- 3) Por que le gusta
- 4) Otro: \_\_\_\_\_

3.- ¿Por qué decide ver una película?

- 1) Los actores                      2) El director                      3) El género cinematográfico  
4) El nombre de la película es atractivo

4.- ¿Qué es lo que influye en usted a la hora de escoger una película?

- 1) Los amigos      2) La familia      3) La publicidad      4) Ninguno  
5) Otro

5.- ¿Si en cartelera se encuentra con una película mexicana y una extranjera, cuál entraría a ver y por qué?

---

---

6.- ¿Qué películas ve más?

- 1) Las nacionales                      2) Holliwodenses                      3) De otros países

7.- ¿Qué cree que le hace falta a las películas mexicanas actuales?

- 1) Mejores actores y directores      2) Mejor historia      3) Efectos especiales  
4) Mejor producción      5) Todo      6) Nada

8.- ¿Cuántas películas mexicanas ha visto desde el estreno del filme "Y tú mamá también?"

- 1) De 0 a 5      2) De 5 a 10                      3) Todas                      4) Ninguna

9.- ¿Qué es lo que lo motiva a ver una película nacional?

- 1) Los actores      2) La sinopsis      3) La publicidad      4) Recomendaciones

10.- Al momento de escoger una película, ¿Qué es lo que espera obtener de ella?

- 1) Satisfacción      2) Experiencia      3) Entretenerse un rato      4) Nada

11.- ¿Cómo cataloga al cine mexicano actual?

- 1) Excelente    2) Bueno    3) Regular    4) Malo    5) Pésimo

12.- Para usted, ¿qué es el nuevo cine mexicano?

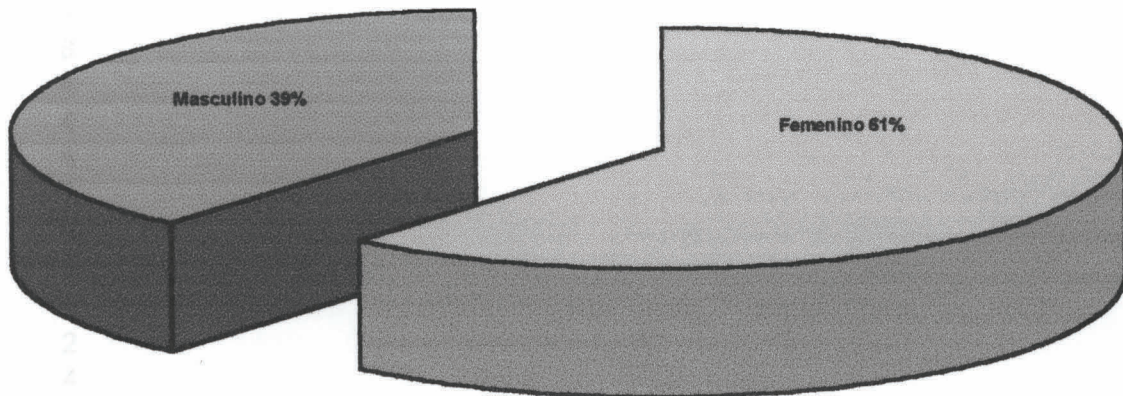
---

---

A continuación se presentarán y tratarán de explicar los resultados obtenidos de esta encuesta.

De la población encuestada, 307 personas, fueron de sexo femenino y las otras 193, de sexo masculino.

**SEXO DE LOS ENCUESTADOS:**



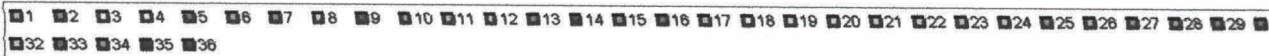
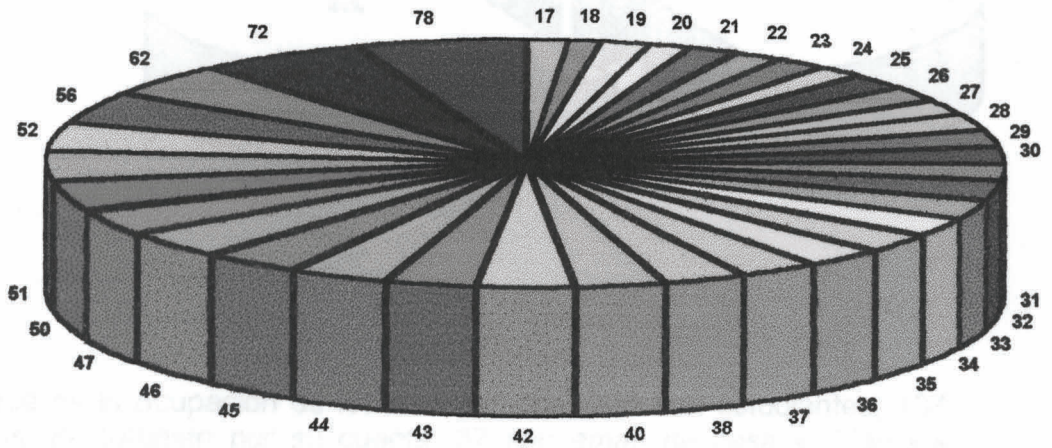
En cuanto a la edad, la mínima fue de 17 años, mientras que la máxima es de 78 años. La siguiente tabla mostrará la gran variedad de edades entre las personas encuestadas.

| <b>EDAD:</b> | <b>TOTAL:</b> |
|--------------|---------------|
| 17           | 16            |
| 18           | 31            |
| 19           | 28            |
| 20           | 26            |
| 21           | 56            |
| 22           | 32            |
| 23           | 38            |
| 24           | 55            |
| 25           | 37            |
| 26           | 15            |
| 27           | 24            |
| 28           | 26            |
| 29           | 9             |
| 30           | 14            |
| 31           | 3             |
| 32           | 6             |
| 33           | 11            |
| 34           | 4             |
| 35           | 8             |
| 36           | 4             |
| 37           | 4             |
| 38           | 4             |
| 40           | 2             |
| 42           | 10            |
| 43           | 4             |
| 44           | 1             |
| 45           | 2             |
| 46           | 4             |
| 47           | 1             |
| 50           | 5             |
| 51           | 2             |
| 52           | 7             |
| 56           | 3             |
| 62           | 2             |
| 72           | 1             |
| 78           | 2             |



Si se observa en la siguiente gráfica, el lector se podrá dar cuenta que se entrevistó a personas de diferentes edades, sin embargo, los porcentajes de dicha variable, no varía mucho entre sí.

EDAD:

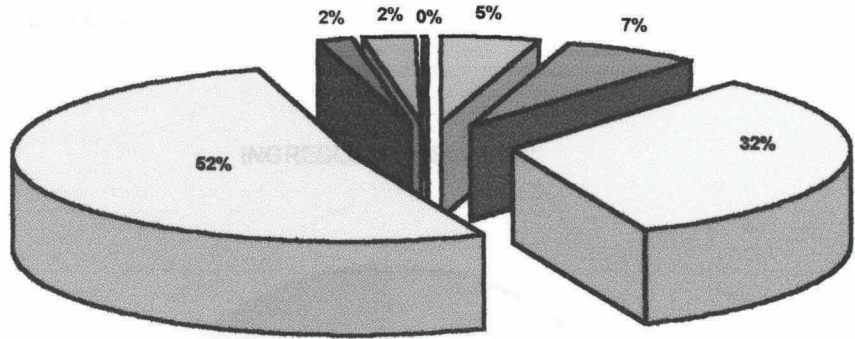


En cuanto a la escolaridad, la mayoría de las personas encuestadas terminaron una licenciatura o están cursando dicho grado escolar, por lo cual nos damos cuenta de que la mayoría de las personas elegidas de forma probabilística son profesionistas y las respuestas son un tanto más analizadas.

En la siguiente gráfica que por medio de porcentajes muestra, el grado de escolaridad de dichas personas.

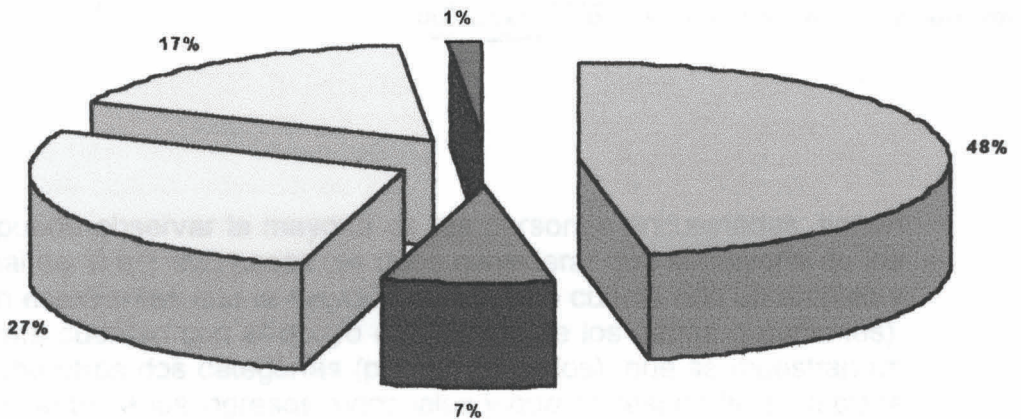
### ESCOLARIDAD:

primaria
  secundaria
  bachillerato
  licenciatura
  normal
  maestría
  doctorado



En lo que es la ocupación de los encuestados, 235 son estudiantes, 137 son empleados, 84 trabajan por su cuenta, 37 son amas de casa y 7 de los encuestados son desempleados.

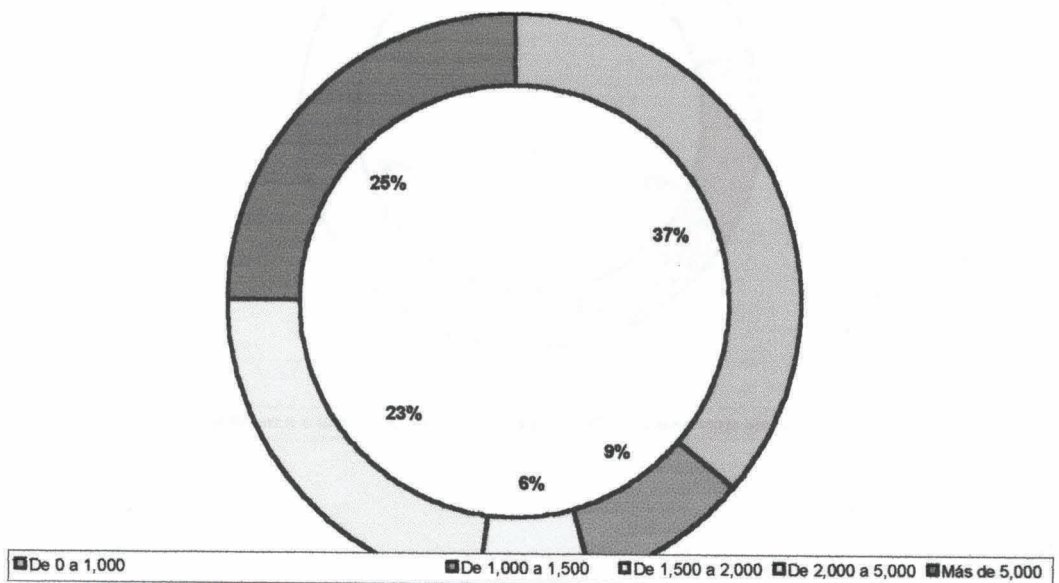
### OCUPACIÓN:



estudiante
  ama de casa
  empleado
  trabaja por su cuenta
  otro

Por último y antes de entrar de lleno a lo que son las preguntas que nos llevarán a comprender las variables que influyen en el cinéfilo al momento de escoger una película y la o las gratificaciones que esperan obtener de la misma, es conveniente mostrar un poco los ingresos económicos con que cuentan al mes los encuestados, con la finalidad de saber qué nivel socioeconómico de la sociedad moreliana acude con más frecuencia al cine y asimismo podremos saber su opinión, entre otras cosas.

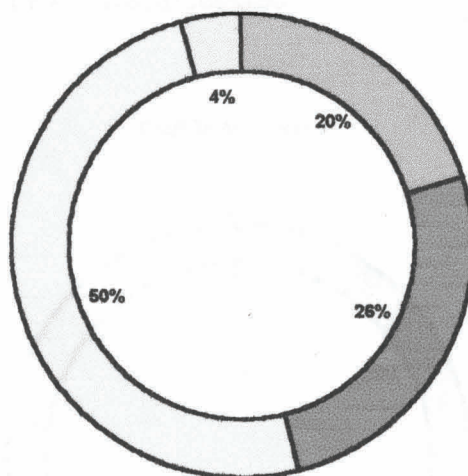
#### INGRESOS MENSUALES:



Como se puede observar la mayoría de las personas encuestadas, tienen un sueldo mensual de 0 a 1 000 pesos (se debe considerar que la mayoría de los encuestados son estudiantes que la mayoría de ellos no cuenta con un empleo y por ende solamente cuentan con el apoyo económico de los papás o parientes), por otra parte, hubo otras dos categorías (por así llamarlos), que se muestran un tanto parejas en cuantos a los ingresos mensuales y que corresponderían a clase media, media alta y hasta clase alta, ya que muchas personas aseguraron que su economía llegaba e incluso sobrepasaba los 60 mil pesos mensuales. Entonces, con estos datos nos damos cuenta que se encuestó a casi todos los niveles socioeconómicos de esta capital, por lo cual este estudio estadístico resulta con más credibilidad.

Conviene pasar ahora con lo que es la primera pregunta de la encuesta que es *¿Qué tan seguido va al cine?*, pregunta con la cual nos podremos dar cuenta de con qué frecuencia acude la población moreliana a ver una película al cine y para tal efecto veamos los resultados que se muestran en la siguiente gráfica.

PREGUNTA No. 1



Una vez a la semana   Dos ó tres veces al mes   Sólo cuando tengo ganas   Otro

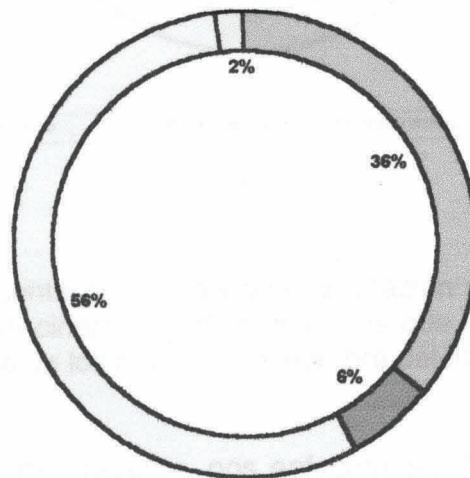
Ahora que se han observado los resultados obtenidos de dicha pregunta, nos damos cuenta de que la mayoría de las personas acuden al cine solamente cuando tienen ganas, siendo que otra parte considerable de la población va dos o tres veces al mes. La conclusión de esta pregunta es que tal vez sea por la llegada del video, que con esto; en la actualidad ya es más cómodo ver una película en la propia casa que tomarse la molestia de ir al cine o simplemente disfrutar de la televisión por cable, el sistema sky, etc.

Pasando a la siguiente pregunta: *¿Cuál es el motivo que influye en usted para acudir al cine?*, el lector de ésta tesis se puede dar cuenta de que la mayoría de las personas acuden al cine solo por que les gusta o en su defecto lo único que buscan es entretenerse; lo toman como una fuga de emociones, al mismo

tiempo que esperan a través del entretenimiento, liberarse un par de horas de los problemas que lo agobian en su vida cotidiana. Veamos entonces los porcentajes de los resultados que se muestran en la siguiente gráfica.

Dentro de dicha respuesta, se puede mencionar lo que asevera Mauro Wolf "El uso de los medios está destinado a un fin, es una actividad racional de persecución de una finalidad, es decir, la elección del mejor medio para satisfacer una necesidad" (WOLF; 1999:86). Entonces nos damos cuenta de que las personas recurren al cine para satisfacer una necesidad.

#### PREGUNTA No. 2

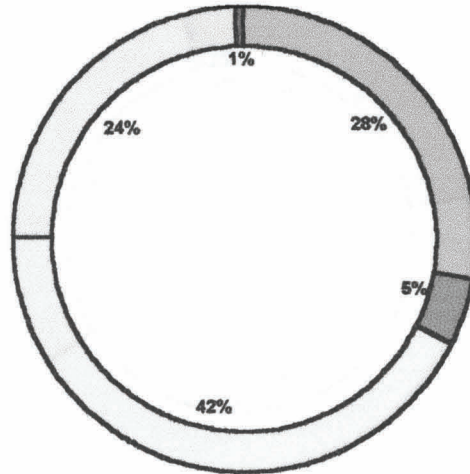


■ Entretención ■ Ir con los amigos o llevar a la novia (o) ■ Por que le gusta ■ Otro

En cuanto a la pregunta número tres de la encuesta, nos demuestra las variantes que influyen en el público al momento de decidirse por una película en particular.

La pregunta que se realizó es: ¿Por qué decide ver una película? Y cuyas opciones de respuesta son cuatro: los actores, el director, el género cinematográfico el nombre de la película le es atractivo. La gráfica, se muestra de la siguiente manera.

### PREGUNTA No. 3

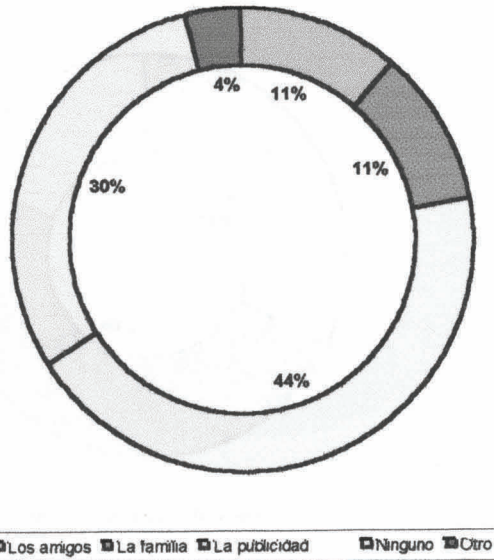


Los actores El director El género cinematográfico El nombre de la película es atractivo El tema

Como nos podemos dar cuenta la mayoría de la población decide ver una película simplemente por el género cinematográfico, mientras que la otra parte de las personas deciden dependiendo de los actores o el nombre del filme.

Dentro de lo que es la cuarta pregunta, nos enfocamos más a saber que variantes influyen en el receptor ya a la hora de estar frente a la taquilla y decidirse por una película, para lo cual las opciones de respuesta a dicha pregunta fueron: los amigos, la familia, la publicidad, alguna otra variante o simplemente no se deja influenciar por nada. Sin embargo, los resultados demuestran que la mayoría de las personas se ven influenciados principalmente por la publicidad televisiva que se les hace a las películas, ya que en los spot de televisión se muestra una breve sinopsis de lo que será el nuevo filme, además de que se muestran partes estratégicas del mismo, con la finalidad de atraer al mayor número de espectadores.

#### PREGUNTA No. 4

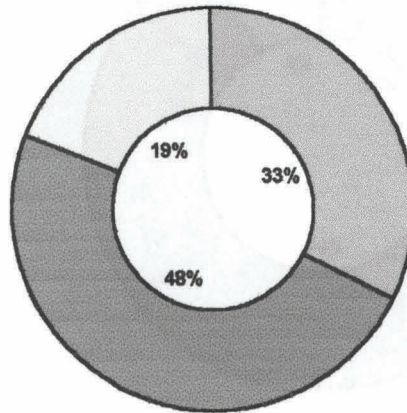


En las dos preguntas anteriores (3 y 4), nos damos cuenta de que el cinéfilo decide ver alguna película, primeramente por el género de la misma y después toma en cuenta la publicidad, esperando con estas dos variantes salir satisfecho del cine una vez que el filme haya terminado.

La quinta pregunta se decidió hacerla abierta, para saber con más detalle que película entraría a ver una persona y el motivo de su decisión, la pregunta textual es: ¿Si en cartelera se encuentra con una película mexicana y una extranjera, cuál entraría a ver y por qué?

Según los resultados obtenidos de dicha pregunta, nos damos cuenta de que gran parte de las personas entran a ver las películas norteamericanas dejando en segundo lugar el cine nacional, ya que dice que el cine de Holliwood, tiene mejores actores, mejor guión, producción, más efectos especiales, entre otros; mientras que las películas nacionales (a excepción de las de la época de oro), dicen que siempre manejan el mismo tema, aunque desde diferentes perspectivas. Después de cierto análisis nos damos cuenta que la mayoría de la gente de Morelia, piensa o tiene la idea que el mejor cine que existe hasta el momento es el holliwodense.

PREGUNTA No. 5

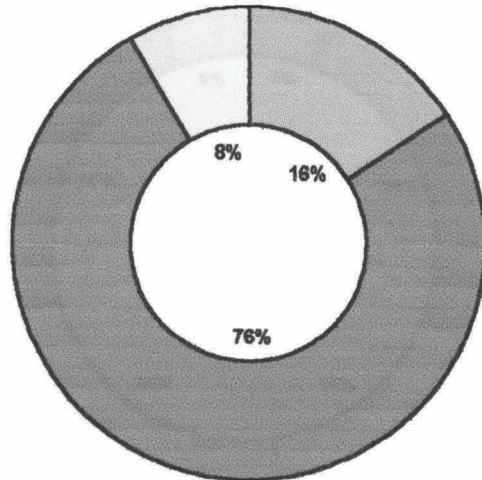


■ Nacional ■ Extranjera ■ Depende

Con la pregunta número seis de la encuesta ¿Qué películas ve más?, se corrobora la anterior, llegando a la conclusión de que el cine norteamericano se consume más que el nacional y que el de otros países. Dentro de esta pregunta, cabe destacar que una minoría de los encuestados, no supieron que contestar, ya que dicen que dependiendo del tema de la película es como deciden ver una nacional, de Hollywood o algún otro país.



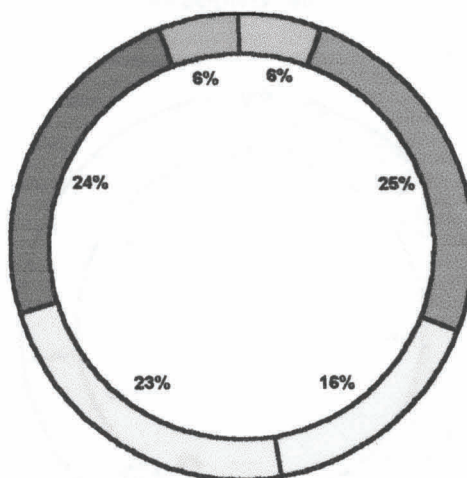
PREGUNTA No. 6



■ Nacionales ■ De Hollywood □ De otros países

Dentro de la pregunta número siete de la encuesta “¿Qué cree que le hace falta a las películas mexicanas actuales?”, las respuestas que estuvieron un tanto parejas, coincidieron en señalar que de las opciones de respuesta, que se dieron, les hace falta todo (mejor producción, mejores actores y directores, mejor historia y efectos especiales). La gráfica que se presenta a continuación, muestra dichos resultados.

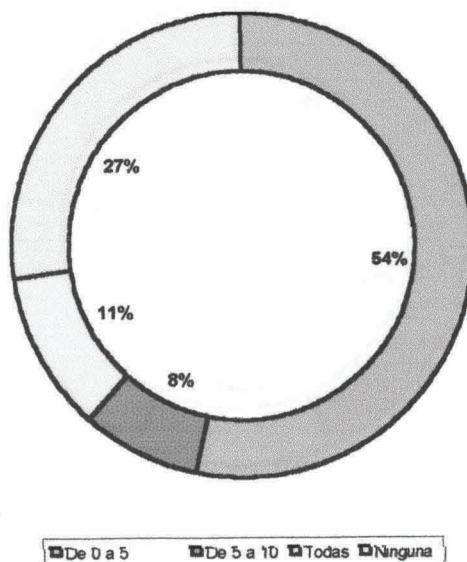
### PREGUNTA No. 7



Mejores actores y directores    Mejor historia    Efectos especiales    Mejor producción    Todo    Nada

Esta tesis, entre otras cosas pretende mostrar qué tanto se ha consumido el cine nacional desde la película "Y tu mamá también", por lo cual se realizó la pregunta número ocho, que demostró que la mayoría de las personas sólo han visto entre 0 y 5 películas mexicanas desde el estreno del filme ya mencionado. La pregunta se planteó así: ¿Cuántas películas mexicanas ha visto desde el estreno del filme "Y tú mamá también?", mientras que los resultados quedaron de la siguiente manera.

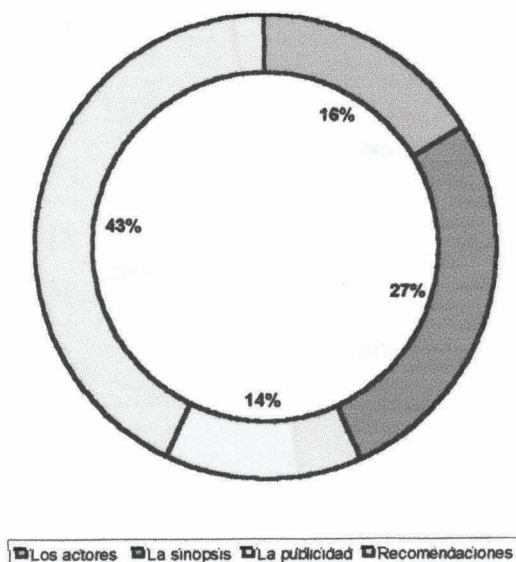
### PREGUNTA No. 8



Después de saber cuántas películas mexicanas han visto el público cinéfilo de Morelia, se quiso saber *qué era lo que los motiva a verlas; si era la sinopsis, la publicidad, los actores o recomendaciones*. La mayoría de los encuestados coincidió en que solo han visto dichas películas por recomendaciones que les hacen amigos, parientes... y aunque dicen que la sinopsis es importante para ver un filme, dentro de lo que son las películas nacionales, para gran parte de la población moreliana, esto no tiene mucho que ver, es decir; no tiene gran impacto en ello como lo son las recomendaciones.

En la siguiente gráfica se muestran por medio de porcentajes los resultados exactos de ésta pregunta.

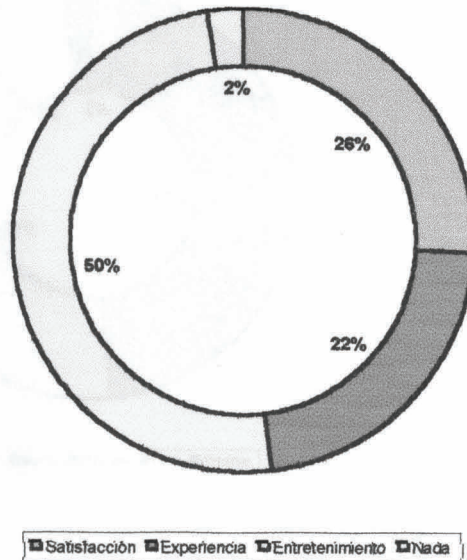
### PREGUNTA No. 9



Pasando a la décima pregunta de la encuesta, se pretende saber las gratificaciones que espera obtener el público de una película. Para ésta pregunta que textualmente es: Al momento de escoger una película, ¿Qué es lo que espera obtener de ella?, las opciones de respuesta fueron: satisfacción, experiencia, entretenimiento o si simplemente no esperan obtener algún tipo de gratificación de las películas.

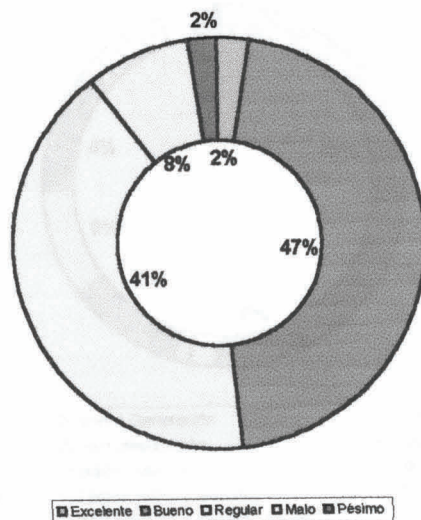
Según los resultados derivados de dicha pregunta, nos dimos cuenta que la mayoría de las personas pretenden satisfacer su necesidad de entretenimiento, mientras que otra parte busca obtener una satisfacción, así como también se pretende obtener experiencia y finalmente una minoría afirma que no espera obtener nada de una película.

PREGUNTA No. 10



En la penúltima pregunta de la encuesta, ¿Cómo se cataloga al cine mexicano actual?, la mayoría de las personas dicen que el nuevo cine mexicano se puede catalogar entre bueno y regular, ya que afirman que para que llegue a ser excelente, le hacen falta crecer y sobre todo mejorar en todos sus aspectos.

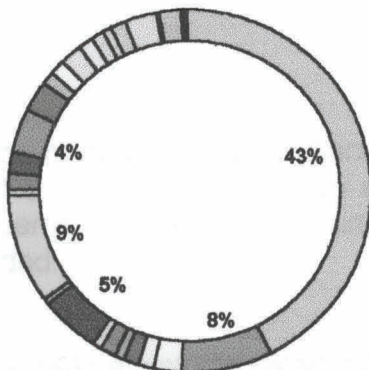
PREGUNTA No. 11



Dos fueron las preguntas abiertas que se plantearon en ésta encuesta y ésta última fue una de ellas, pretendiendo saber qué tanto se conoce o desconoce el nuevo cine mexicano en Morelia. Dicha pregunta se plantea de la siguiente forma: Para usted, ¿qué es el nuevo cine mexicano? En ésta pregunta fueron muchas las respuestas que derivaron de ella, sin embargo y a pesar de todo, la mayoría de las personas no conocen lo que es el nuevo cine, es decir, como a la fecha no existe un término exacto que lo defina como tal; los encuestados no sabían qué responder.

Englobando en los siguientes términos, todas las diferentes respuestas, los resultados, se muestran en la siguiente gráfica.

### PREGUNTA No. 12



|  |   |  |
|--|---|--|
| <input type="checkbox"/> No sabe                           | <input type="checkbox"/> Nueva Generación                   | <input type="checkbox"/> Resurgimiento                             |
| <input type="checkbox"/> Amarillismo                       | <input type="checkbox"/> Bajo presupuesto                   | <input type="checkbox"/> Vanguardismo                              |
| <input type="checkbox"/> Mejores producciones              | <input type="checkbox"/> Malas historias                    | <input type="checkbox"/> Oportunidades y experiencias              |
| <input type="checkbox"/> Forma de denigrar a los mexicanos | <input type="checkbox"/> Temas reales y actuales            | <input type="checkbox"/> Telenovela de 2 1/2 hrs.                  |
| <input type="checkbox"/> Comercialización                  | <input type="checkbox"/> Rompimiento de reglas, tabúes...   | <input type="checkbox"/> Pornografía, vulgaridad y mala producción |
| <input type="checkbox"/> Nuevas historias                  | <input type="checkbox"/> Desperdicio económico              | <input type="checkbox"/> Salón de estereotipos                     |
| <input type="checkbox"/> Entretenimiento                   | <input type="checkbox"/> Aburrimento                        | <input type="checkbox"/> Algo crudo pero realista                  |
| <input type="checkbox"/> Un churro                         | <input type="checkbox"/> Arte                               | <input type="checkbox"/> Un cambio                                 |
| <input type="checkbox"/> Algo grotesco                     | <input type="checkbox"/> mejores propuestas y oportunidades | <input type="checkbox"/> Drama callejero                           |
| <input type="checkbox"/> Imitación hollywoodense           |   |  |

## 7.- EL PERFIL DE LOS CONSUMIDORES DE CINE MEXICANO EN MORELIA

De los diversos medios masivos de comunicación que tiene el público para satisfacer alguna necesidad o deseo, el cine es en el que se ha enfocado ésta tesis, con la finalidad de saber el perfil de sus consumidores (especialmente en el cine mexicano), de ésta Ciudad.

Después de haber realizado el estudio estadístico y de haberlo expuesto en el capítulo anterior, han quedado un tanto claras las variables que influyen en el cinéfilo de Morelia, al momento en que éste decide ver una película. Es por eso que ahora se estudiará con más detalle el perfil del consumidor, en éste último capítulo de la tesis.

Pero, antes de entrar de lleno con este capítulo se mostrarán datos reales proporcionados por Organización Ramírez, sobre la entrada de espectadores a los diversos complejos cinematográficos de Morelia, asimismo el pequeño análisis que se realizó.

Antes de mostrar lo ya mencionado, cabe destacar que desde un principio se pretendía mostrar los datos siguientes desde el mes de junio de 2001 a julio de 2002.

Sin embargo, dicha empresa se negó rotundamente a proporcionarlos, ya que afirmaron que por el lapso de tres meses era lo único que podían dar debido a que dicha información es confidencial.

Entradas a los diferentes complejos cinematográficos de la Ciudad; desde el mes de junio al mes de agosto del año 2001:

### JUNIO:

|       | 1ª Sem. | 2ª Sem. | 3ª Sem. | 4ª Sem. |
|-------|---------|---------|---------|---------|
| CPPZA | 18,491  | 20,978  | 21,901  | 25,365  |



|              |        |        |        |        |
|--------------|--------|--------|--------|--------|
| <b>CPHUE</b> | 9,100  | 9,490  | 10,822 | 11,601 |
| <b>M-CEN</b> | 3,653  | 4,343  | 3,946  | 4,084  |
| <b>TOTAL</b> | 31,244 | 34,811 | 36,669 | 41,050 |

**JULIO:**

|              | 1ª Sem. | 2ª Sem. | 3ª Sem. | 4ª Sem. |
|--------------|---------|---------|---------|---------|
| <b>CPPZA</b> | 29,121  | 27,486  | 28,486  | 26,215  |
| <b>CPHUE</b> | 14,458  | 14,863  | 13,391  | 13,885  |
| <b>M-CEN</b> | 5,194   | 4,906   | 5,151   | 4,465   |
| <b>TOTAL</b> | 48,773  | 47,255  | 47,028  | 44,565  |

**AGOSTO:**

|              | 1ª Sem. | 2ª Sem. | 3ª Sem. | 4ª Sem. |
|--------------|---------|---------|---------|---------|
| <b>CPPZA</b> | 27,195  | 25,527  | 19,543  | 16,769  |
| <b>CPHUE</b> | 12,859  | 10,445  | 8,486   | 7,208   |
| <b>M-CEN</b> | 4,463   | 4,087   | 3,263   | 2,801   |
| <b>TOTAL</b> | 44,517  | 40,059  | 31,292  | 26,778  |

**ENTRADAS POR MES:**

|              | JUNIO   | JULIO   | AGOSTO  |                |
|--------------|---------|---------|---------|----------------|
| <b>CPPZA</b> | 86,735  | 111,308 | 89,034  |                |
| <b>CPHUE</b> | 41,013  | 56,597  | 38,998  | <b>TOTAL</b>   |
| <b>M-CEN</b> | 16,026  | 19,716  | 14,614  | <b>GENERAL</b> |
| <b>TOTAL</b> | 143,774 | 187,621 | 142,646 | 474,041        |

Como se puede apreciar, en la tabla anterior, el número de espectadores aumentó en julio (en los tres complejos), en comparación al mes anterior; sin embargo en el mes de agosto disminuyó (en los tres complejos), en comparación al mes anterior y si se compara agosto con junio, se puede observar que CPPZA aumentó en sus entradas.

En estos meses, las películas más taquilleras fueron *Y tu mamá también*, *Pearl Harbor*, *La momia regresa* y *Final Fantasy*, la mayoría de ellas de nacionalidad estadounidense.

A lo que se pretende llegar con dicho análisis, es que el lector de ésta tesis se de cuenta de que las entradas a los cines de la Ciudad siempre van a variar mes con mes, por lo tanto; solamente se puede tener un aproximado del número de personas que entran mensualmente a los diferentes complejos de Morelia.

Ahora sí, enfocándonos a lo que es el presente capítulo, podemos decir que el consumidor de cine mexicano de Morelia siempre que ve una película (mexicana), está seguro que lo único que le muestra el filme es "lo tradicional".

Le muestra la cruda realidad de nuestro País pero llevada a la pantalla. Asegurando que al menos esto es lo que les gusta y lo que consideran como "bueno", aunque en realidad no sepan ni de que se trata el nuevo cine mexicano ni porque piensan que es *bueno*.

Una vez que se demostró con el estudio estadístico correspondiente en el capítulo anterior, se puede decir que la gente de Morelia cataloga al cine como algo que lo puede mantener entretenido por un par de horas, como una telenovela de 2 ½ horas que se proyecta no en un televisor, sino en una gran pantalla.

La cultura que predomina en esta sociedad moreliana en cuanto a disfrutar de un filme, hace pensar en ocasiones que las personas gustan de ir con cierta periodicidad al cine.

Sin embargo, es increíble darse cuenta que al menos en esta Ciudad, las personas solamente asisten a las salas cinematográficas a disfrutar de un filme, solo cuando tienen ganas, es decir, cuando pretenden satisfacer su deseo de mantenerse entretenidos por un rato.

Nunca va a ser lo mismo ver un rato la televisión, escuchar un programa de radio, escuchar música, leer un libro o realizar "X" cosa o actividad para mantenerse entretenido que ir a disfrutar una película que te llame la atención por cualquier cosa (actores, director, trama...) al cine.

Una película que se disfruta no en video en la comodidad de la propia casa, sino en una sala cinematográfica que tiene una pantalla de varios metros, varias bocinas que cada una de ellas emite un sonido en especial de filme y la habitación está totalmente oscura para que el espectador se sienta parte de ella, nunca se podrá comparar.

Entrar a ver una película al cine es una forma de escape de los problemas cotidianos, donde el espectador se encuentra inmerso en esos momentos en una realidad muy diferente a la suya, pero la cual le gusta, lo cual también se puede corroborar con el estudio estadístico en la pregunta número dos, en donde la mayoría de las personas afirmaron que van al cine solo porque les gusta, lo cual les sirve como distracción. Entonces al analizar dichas respuestas, nos damos cuenta de que al momento de distraerse se están olvidando de sus problemas que tienen en la vida real.

El público de Morelia, casi siempre se centra en el género cinematográfico de un filme, ya que si es de su interés entran a ver la película o no. En este punto aunque un poco menos, también incide en la decisión del cinéfilo, los actores.

Cuando una película tiene a los actores o actrices del momento, la gente se deja llevar también por ésta variable para ver una película o no aunque en realidad la trama no les llame en lo absoluto la atención.

Un claro ejemplo del punto anterior es el ahora ya tan famoso fenómeno televisivo "Big Brother VIP", donde un grupo de once personas famosas se encuentran encerradas en una casa observada a través de varias cámaras y micrófonos.

El punto al que se quiere llegar con este ejemplo, es que a pesar de que estas personas no están aportando nada nuevo para la sociedad, la audiencia televisiva, se encuentra frente al televisor día con día solamente para observar el comportamiento cotidiano de su artista favorito, desde que éste se levanta en la mañana, hasta que en la noche se vuelve a acostar para dormir.

Y en realidad, si lo que se desea es ver a un grupo de gente diciéndose "güey" unos a otros, o pelearse por el más mínimo detalle, basta sólo con irse a algún instituto de nivel bachillerato y observar a los jóvenes que ahí se encuentran.

Pasa entonces lo mismo en el cine, cuando la gente decide ver una película solamente porque sale el galán o la actriz bonita que está de moda. Siendo que cuando se pone en primer lugar esta variable (los actores), el público no se interesa por observar más allá de ese factor, es decir; no se toman la molestia de saber de qué trata la historia de la película, quién es el director del filme o simplemente cuál es la clasificación.

Otro punto que también caracteriza al consumidor de cine mexicano de Morelia, es que coinciden en señalar que las películas extranjeras (en especial las de Holliwood), son mejores que las nacionales, ya que creen que una película por el simple hecho de tener efectos especiales y hablar el idioma inglés son mejor que las de cualquier otro país.

Pero, el hecho de que las cataloguen como las mejores, no es por las razones que ellos creen, sino que tienen estas películas tienen ya toda una historia, aparte de que Estados Unidos como es la primera potencia mundial, tiene los recursos necesarios para producir un gran número de filmes anualmente, añadiendo que también dichas películas cuentan con una muy buena publicidad a nivel internacional y una muy buena producción.

El consumidor de cine piensa que otro factor que influye de cierta manera para que las películas mexicanas también dejen de ser buenas, es la animación (aunque no propiamente los filmes sean de ciencia ficción).

Las películas extranjeras, debido a los grandes recursos tanto económicos como tecnológicos con los que cuentan, trabajan mucho con dicho factor y eso se puede observar desde los créditos que aparecen animados al inicio del filme con los nombres de los actores, directores, productores, etc., hasta el desarrollo mismo de la película.

La producción y la historia principalmente, pero además otros factores como los efectos especiales y mejores actores y directores, son variables que les gustaría al público moreliano que las producciones nacionales mejorarán con la finalidad de que el cine mexicano sea de mayor calidad.

Respecto al punto anterior, un ejemplo muy factible de mencionar son los errores de continuidad que se pueden observar durante el desarrollo de un filme sea de cualquier nacionalidad éste. Aunque lo que es muy cierto es que las mexicanas SI tienen un mayor número de errores que las norteamericanas.

Haciendo un poco de hincapié respecto a lo que se ha venido manejado en párrafos anteriores; es verdad que para que una producción televisiva, radiofónica... o cinematográfica sea excelente, depende mucho la creatividad por parte de los directores y guionistas de un proyecto. Sin embargo, aún con la creatividad que se le adhiera al filme, no dejan de ser innecesarios los recursos económicos.

Un filme no deja ni va a dejar de ser bueno por el simple hecho de que unos se realizaron con una mayor cantidad de dinero que otros. Lo que si es cierto es que como se dice comúnmente "con dinero se puede todo" o casi todo.

Es por eso que una producción cinematográfica a la cual se le invierte una fuerte suma económica contará entonces tal vez con elementos más sofisticados y también se podrá contratar a un mayor número de personas (detrás de cámaras) y mejores actores, con la finalidad de que la producción del filme sea todo un éxito taquillero ya que la cinta se considerará de un alto nivel de calidad.

Regresando a Morelia, su población considera que los recursos económicos son un factor determinante en el cine nacional, ya que éste no cuenta con la ayuda necesaria por parte del Gobierno Federal, para lograr mejores producciones.

Analizando el párrafo anterior que es lo que en pocas palabras opina el cinéfilo de Morelia, nos podemos dar cuenta de que si el Gobierno apoyara más las producciones mexicanas, su inversión se vería sumamente retribuida, ya que podría darse una segunda época de oro en nuestro cine, porque como antes se mencionó con más recursos, mayores elementos se pueden introducir en los filmes.

Después de lo que se ha mencionado y gracias también al estudio estadístico realizado, nos podemos dar cuenta de que la gente de Morelia aparte de considerar (la gran mayoría) al cine mexicano entre bueno y regular, lo único que los lleva a ver una película nacional son las recomendaciones que reciben por parte de sus amigos, familiares o compañeros de trabajo.

No se debe descartar tampoco el hecho de que algunas personas no solamente se dejan llevar por las recomendaciones que les hacen terceras personas, sino que también se preocupan por saber la sinopsis de la historia de un filme.

Por lo cual después de haber leído la sinopsis, se deciden o no por ver el filme cinematográfico, dependiendo del interés que les deje después de leer y haber visto la publicidad televisiva de la película, ya que éste último factor también incide demasiado en la decisión del cinéfilo.

La publicidad televisiva que se les hace a las películas, es una manera realmente increíble de impactar al consumidor de cine, debido a que en un lapso de treinta segundos se presentan las escenas más impactantes de la película.

Con dicha forma de publicidad, se logra interesar y convencer al espectador cinematográfico que determinada película es buena y por lo tanto DEBE verla, ya que le ayudará a satisfacer determinado deseo que tenga.

Es por eso que el cinéfilo de Morelia, piensa que la publicidad que se les hace vía televisión a las películas, es un factor muy importante que toman en cuenta también al momento en que se encuentran afuera de las instalaciones de un complejo para entrar a ver algún filme.

## 7.1 LA AUDIENCIA DE MORELIA Y EL NUEVO CINE

En párrafos anteriores, correspondientes a éste capítulo número siete, se mencionaba que el consumidor de cine de esta Ciudad, la gran mayoría de ellos, realmente no saben lo que es el Nuevo Cine Mexicano, mientras que una minoría tiene solamente una idea muy vaga del tema.

Muchas de las personas opinan (como el nombre lo dice), que es una nueva generación, lo cual es correcto, ya que el nuevo cine no es más que eso una generación de personas nuevas que traen ideas diferentes y que las llevan a la pantalla grande como eso: algo nuevo.

Las películas de ahora, en gran parte son historias reales y actuales que reflejan la cruda realidad por la que pasa actualmente el País, sin embargo; éstas historias son manejadas de una forma que muchas de ellas caen en lo que es la pomografía y la vulgaridad, tratando un tanto de imitar a la cinematografía hollywoodense.

Otras personas de Morelia catalogan en forma distinta al nuevo cine. Dicen que son propuestas que van mejorando día tras día y oportunidades que se les está brindando a nuevos jóvenes actores.

Crean que el nuevo cine ya es todo un arte, por la manera en que se está manejando. Por las propuestas innovadoras que traen consigo los nuevos directores y su forma original de llevarlas a la pantalla. Sin embargo, no son historias mejores ni ideas diferentes. Es exactamente lo mismo que se ha manejado desde hace años, los barrios populares de la Ciudad de México.

Lo único que ha cambiado en estas historias es que antes la vida no era tan violenta y cruda como lo es en nuestros días, antes se manejaba más el romance, ahora se manejan más las escenas eróticas, se ven a los jóvenes drogarse casi al cien por ciento.

A todo lo anterior se infieren las siguientes interrogantes: ¿Qué es el nuevo cine mexicano?, ¿Cómo se podría catalogar?, ¿Se podría llegar a pensar que ya haya dado el máximo en sus producciones o todavía le falte más?

Muchas son las opiniones que se pueden obtener sobre éste tema ya que como comúnmente se dice, cada cabeza es un mundo. Cada persona podrá dar un punto muy diferente de vista. Lo importante es que cada individuo esté convencido de su opinión y pueda defenderla con argumentos convincentes.

En sí el consumidor de Morelia, siempre va a estar en constante cambio. En uno, cinco, quince o más años no va a ser el mismo que el de ahora. Por lo mismo, tendrá diferentes deseos que pretenda satisfacer a través de un filme.

Antes de pasar a las conclusiones que pondrán fin a éstas tesis, es conveniente destacar que en ésta Ciudad moreliana, hace falta un poco más de cultura y conciencia cinematográfica que lleve al consumidor de cine mexicano a poner primer lugar a nuestro cine para que con la ayuda de todos, éste pueda crecer mucho más.

Se debe de estar conciente de que un filme sea de cualquier nacionalidad siempre va a tener algo bueno que llevar al público, por lo tanto debemos de aprender a ver toda clase de filmes.

Debemos de aprender a disfrutar desde una película de los hermanos Almada o de El Santo hasta una como La vida es bella de Roberto Benigni, ya que como se ha venido mencionando a lo largo del capítulo, todas las películas son buenas, solo es cuestión de aprender a verlas.

En el caso del cine actual, hace falta más apoyo por parte del Gobierno Federal, pero como va a ser muy difícil, que esa ayuda se llegue a dar un poco más, conviene entonces ver lo que tenemos ahora, no podemos hacer a un lado lo nuestro.

Es por eso que una vez más se hace una invitación a los lectores de esta tesis y en sí al público en general a que veamos más las películas nacionales, porque como ya se comprobó, en ésta Ciudad se consume más el cine hollywoodense que el propio. No debemos dejarnos llevar por la extensa gama de efectos especiales que nos ofrece el cine norteamericano.

Si los estudios cinematográficos de México lo que producen es lo único que pueden dar por el momento, no rechazemos entonces nuestras películas, aprendamos a disfrutar cada minuto, cada segundo de la película.



## CONCLUSIONES

Se ha llegado a la conclusión de que la población moreliana consume más el cine hollywoodense que el nacional ya que aparte de que les gusta más el primero, el cine mexicano no se produce tanto ni tan seguido como el norteamericano. En lo que Estados Unidos produce diez o más películas, aquí en México solamente se realizan una o dos cuando bien va.

Resulta asombroso el darse cuenta de que gran parte de las personas, catalogan al nuevo cine mexicano como bueno, pero ni siquiera saben lo que es ó lo que significa el término de *nuevo cine mexicano*, no saben desde cuándo viene, ni quiénes son sus precursores, sin embargo; muchos lo califican como una nueva forma de expresión, un cine de arte, de lo cual no tiene nada; mientras que otras personas (aunque son relativamente pocas), lo llegan a catalogar como malo y hasta pésimo.

Gran parte de las personas que gustan de ir al cine piensan que el nuevo cine mexicano es una nueva generación que trae consigo temas reales y actuales. Lo cual es muy cierto porque como el término lo dice, no es otra cosa más que algo NUEVO.

Pero como se mencionó al final del séptimo capítulo, debemos aprender a ver cualquier tipo de filme y en este caso aprender a ver las películas mexicanas que se están realizando actualmente ya que es la única opción de cine mexicano que tenemos.

Hace falta más cultura y conciencia cinematográfica que lleve al consumidor de cine mexicano a poner primer lugar a nuestro cine para que con la ayuda de todos, éste pueda seguir creciendo en todos los ámbitos.

Se demostró de acuerdo al capítulo seis que se refiere al estudio estadístico que las personas que consumen más cine son en su mayoría del sexo femenino, mientras que su edad oscila entre los veinte y treinta años de edad y principalmente jóvenes estudiantes de bachillerato y licenciatura.

Tal vez sea por la edad precisamente, ya que a los jóvenes les resulta más atractivo y más divertido ver una película en el cine que en su casa y aparte de que en los jóvenes también influye el hecho de llevar a la novia o ir en compañía de los amigos.

Una persona que pasa de los cincuenta o sesenta años, siempre le va a ser más cómodo (por su edad), ir al video-club y rentar una película para verla en la comodidad de su hogar que estar sentado por un lapso de dos horas o más ya que ahora no existen los intermedios.

Gran parte de la población moreliana acude al cine simplemente porque le gusta, porque tiene ganas de ir y buscando también a la vez satisfacer su deseo de mantenerse entretenido por un par de horas. Es decir, no existe una periodicidad con la que la mayoría de la gente vaya al cine, solamente van cuando así lo desean.

El motivo que influye en la decisión del espectador al momento de escoger entrar a ver determinada película, la mayoría de las veces es el género cinematográfico.

Por otra parte la publicidad juega también un papel muy importante en su decisión, ya que a través de dicho factor, las películas se dan a conocer a una inmensa cantidad de personas, al mismo tiempo de que las persuaden de ver el filme.

El cinéfilo encuentra en el cine un medio por el cual puede escapar por un rato de los problemas de su vida cotidiana.

Es entonces cuando nos podemos dar cuenta que para el espectador, el cine no es más que un producto fetiche que logra evadirlo de la vida real al mantenerlo entretenido en una realidad ficticia y en ocasiones inexistente.

El nivel socioeconómico de la Ciudad de Morelia que consume en mayor cantidad éste medio de comunicación, varía entre el nivel medio, medio alto y alto.

El público de éstos niveles, tal vez sea por su cultura, educación...tiene al menos una aportación que dar acerca de lo que es el cine mexicano actual y qué cine se podría catalogar como bueno.

Todo esto en comparación del nivel medio y medio bajo, que no tienen la más remota idea de lo que se trata el término mencionado y que a pesar de que son pocas las personas de este nivel que acuden al cine, también lo hacen esporádicamente.

Ahora sabemos que el cine mexicano actual viene desde la década de los años setenta con películas como las de Angélica María. El cine actual muestra de una manera pesimista y hasta fatalista, la realidad de los barrios populares del País y en especial de la Ciudad de México.

Como se mencionó en el último capítulo de ésta tesis, las películas de hoy en día, en gran parte son historias reales y actuales que reflejan de manera cruda la realidad por la que pasa actualmente el País.

Éstas historias son manejadas de una forma que muchas de ellas llegan a caer incluso en lo que es la pornografía y la vulgaridad, tratando un tanto de imitar en gran parte a la cinematografía hollywoodense.

Contadas son las películas del nuevo cine mexicano que se podrían catalogar como buenas, entre las que podrían contar *Gertrudis (1991)*, *Como agua para chocolate (1991)*, *Ciudad de Ciegos (1990)*, *Elisa antes del fin del mundo (1991)*, *El viaje (1990)* o *El muro del silencio (1992)*, entre algunas otras.

Por ejemplo en el filme cinematográfico, *Elisa antes del fin del mundo*, y aunque en ésta cinta también muestra la realidad del País, y de muchas familias mexicanas, si se llega a analizar un poco, se puede decir que la forma en que manejan la historia lleva consigo mucho mensaje.

Desde que se implantó la etapa de lo que se conoce como el nuevo cine mexicano, a la fecha lo único que ha cambiado en las historias que se presentan en éstas películas; es que aunque siguen siendo las mismas historias contadas incluso en la época de oro, antes la vida no era tan violenta y fatal como lo es en nuestros días, antes se manejaba más el romance, ahora se manejan más las escenas eróticas, se ven a los jóvenes drogarse casi al cien por ciento.

Sin embargo las historias que se llevan a la pantalla grande no dejan de ser la vida que transcurre día con día en las familias mexicanas de los barrios populares.

Al parecer, según la mayoría de las personas, coinciden en señalar que la única gratificación que obtienen al ver una película nacional, es entretenerse y ver a los actores que les gustan.

Así como en los filmes nacionales, en los norteamericanos también obtienen las gratificaciones arriba señaladas, sin embargo les gusta más las películas hollywoodenses porque tienen una mejor historia, una mejor producción y están empapadas de efectos especiales.

La producción cinematográfica de México cuenta con muy pocos recursos económicos y tecnológicos, lo cual puede justificar un poco el tipo de producciones que se realizan en la actualidad, ya que por parte del Gobierno Federal, es muy poca la ayuda que recibe éste medio de comunicación masivo.

A la gran mayoría de la gente de Morelia, aparte de considerar al cine mexicano entre bueno y regular, lo único que los lleva a ver una película nacional son las recomendaciones que reciben por parte de sus amigos, familiares o lo que se puede considerar como terceras personas.

Desde el estreno del filme *y tu mamá también* (película que toma como punto e partida el estudio de ésta tesis), se ha comprobado con cifras reales y confiables que gran parte de la población moreliana solamente ha visto entre una y cinco películas, debido a que la historia de las películas no es buena y en sí no tienen una buena producción.

Para finalizar y corroborando la hipótesis que se planteó al inicio en esta tesis, nos damos cuenta de que el cine nacional es menos visto que el cine hollywoodense, debido a que éste último tiene una mejor producción y mejores efectos especiales que en la mayoría de los casos dicha variable es la que motiva al cinéfilo a ver una película, sin descartar el factor más importante la *publicidad*, lo cual se debe a la creatividad y los recursos económicos y tecnológicos con los que cuenta Estados Unidos.

## BIBLIOGRAFÍA

- 1.- AZUARA, Pérez Leandro.  
*Sociología*  
Ed. Porrúa S.A.  
1977
  
- 2.- CHINOY, Ely  
*La sociedad, una introducción a la sociología*  
Ed. Fondo de Cultura Económica, México  
1972
  
- 3.- CORIA, José Felipe y GARCÍA, Gustavo  
Revista: *Nuevo cine mexicano*  
Ed. Clío  
1ª Edición  
México, 1997
  
- 4.- DEFLEUR, M.L. y BALL-ROKEACH S.  
*Teorías de la comunicación de masas*  
Ed. Paidós  
1991
  
- 5.- DE LA PEÑA Ricardo y LAGUARDIA Toledo Rosario  
*Cómo acercarse a la sociología*  
Ed. Limusa Noriega  
1991
  
- 6.- Enciclopedia OCEANO, Grupo editorial.  
*El mundo del cine. Los grandes mitos del séptimo arte.*  
1999

7.- FICHTER, Joseph H.

*Sociología*

Vol. 55

Ed. Herder

1990

8.- GALINDO, Cáceres Jesús

*Técnicas de investigación en sociedad, cultura y comunicación.*

Ed. PEARSON

1ª Ed. 1998

9.- GARCIA, Riera Emilio

*Historia documental del cine mexicano*

Ediciones Era

1978

10.- GARCÍA, Tsao Leonardo

*Como acercase a...el cine*

Ed. Limusa Noriega

2001

11.- JONHSON, Robert

*Estadística elemental*

Grupo editorial Iberoamérica S.A. de C.V.

12.- LIGHT Donald, KELLER Suzanne y CALHQUN Craig

*Sociología*

Ed. McGraw Hill

5a. Edición

1991

13.- LOZANO, Rendón José Carlos

*Teoría e investigación de la comunicación de masas.*

Ed. Alhambra Mexicana.

1996

- 14.- McQUAIL, Denis  
*Introducción a la teoría de la comunicación de masas*  
Ed. Paidós  
1991
- 15.- MARTÍNEZ, de Sousa José  
*Diccionario de información, comunicación y periodismo*  
Ed. Paraninfo S.A.  
1992
- 16.- MORAGAS, Miguel de  
*Sociología de la comunicación de masas. II. Estructura, funciones y efectos.*  
Ed. Gustavo Gili S.A.  
1985
- 17.- MORAGAS, Miguel de  
*Teorías de la comunicación. Investigación sobre medios en América y Europa*  
Ed. Gustavo Gili S.A.  
5ª. Edición 1991
- 18.- PADUA, Jorge  
*Técnicas de investigación aplicadas a las ciencias sociales*  
Ed. CM
- 19.- ROJAS, Soriano Raúl  
*Guía para realizar investigaciones sociales*  
P y V editores  
30ª. Edición
- 20.- ROMAGUERA, I Ramiro Joaquín  
*El lenguaje cinematográfico. Gramática, géneros, estilos y materiales.*  
Ediciones de la Torre  
2ª Edición  
Madrid, 1999

21.- SADOUL, Georges  
*Historia del cine mundial, desde los orígenes.*  
Siglo XXI editores  
16ª. Edición

22.- SÁNCHEZ, Ruiz Enrique E.  
*¿Se norteamericaniza el cine mexicano?*  
Revista mexicana de comunicación No. 51

23.- SICHES, Recasens Luis  
*Sociología*  
Ed. Porrúa S.A.  
1989

24.- SPIEGEL, Murray R.  
*Estadística*  
2a. Edición  
Ed. McGraw Gill

25. - WEIMER, Richard C.  
*Estadística*  
Ed. CECSA  
1999

26.- WOLF, Mauro  
*La investigación de la comunicación de masas. Crítica y perspectivas.*  
Ed. Paidós  
1999

27.- WRIGHT, Charles R.  
*Comunicación de masas*  
Ed. Paidós Studio  
1999



28. - [www.cinapolis.com.mx](http://www.cinapolis.com.mx)

29. - [www.itesm.mx](http://www.itesm.mx)

30. - [www.produ.com](http://www.produ.com)

31.- [www.unam.mx](http://www.unam.mx)

32.- [www.cinemundial.com](http://www.cinemundial.com)

#### **OTRAS FUENTES:**

1.- Apuntes de libreta de sociología del 2° semestre de licenciatura.

2.- Apuntes de libreta de *Desarrollo de los medios de comunicación* del 5° semestre de licenciatura

3.- CARRILLO, Martínez Gladys Esmeralda  
*Tesis: Cine; mexicano: Análisis descriptivo de su condición y perspectivas en las sociedad moreliana.*  
Universidad Vasco de Quiroga

4.- CERVANTES, Ramos Adriana  
*Tesis: Cine: Realidad y Estado.*  
Universidad Vasco de Quiroga

5.- Enciclopedia Interactiva  
100 años de cine mexicano  
2001

6.- Entrevista: L. A. E. Marcela Correón González  
Depto. De infraestructura turística  
SECTUR  
Lunes 08 de octubre de 2001.

7.- Entrevista: L.C.C. Araceli López  
Depto. De Comunicación Social  
SECTUR

8.- Entrevista: Maestro Vicente Castellanos  
Maestría y doctorado en cine  
Estudiante de Doctorado en cine mexicano  
UNAM

9.- Entrevista: L.C.C. Karla Álvarez  
SECTUR

10.- Entrevista: Rafael Aviña  
Periodista y escritor de la revista de Cinemanía

11.- Entrevista: Yadira Medina  
Organización Ramírez  
Viernes 05 de octubre de 2001.

12.- Entrevista: L.C.C. Manuel Pacheco Segoviano

13.- Juan José Herrera Vela  
Maestría en Comunicación  
[herrera@ciete.mty.itesm.mx](mailto:herrera@ciete.mty.itesm.mx)

14.- PALAFOX, Téllez Brenda  
*Tesis: Investigación de la recepción de cine.*  
Universidad Latina de América  
1998

15.- Revista: *Cinemanía*  
No. 67  
Abril 2002

16.- Revista: *Cine Premiere*  
No. 91  
Abril 2002

17.- Revista: *Somos*  
*Inolvidables rostros de nuestro cine*  
No. 218  
Abril 2002

18.- Rosalinda Ballesteros  
Maestría en comunicación  
[rballest@itesm.mx](mailto:rballest@itesm.mx)

19.- RUIZ, Ojeda Tania Celina  
*Tesis: Historia de las salas cinematográficas en Morelia*  
Universidad Latina de América  
2001