CENTRO DE INVESTIGACIONES Y ESTUDIOS SUPERIORES
EN ANTROPOLOGÍA SOCIAL

DOCTORADO EN CIENCIAS SOCIALES

DEL SUJETO A LA PANTALLA; EL CINE MEXICANO Y SU AUDIENCIA EN GUADALAJARA

Tesis que presenta
Patricia Torres San Martín
para obtener el grado de
Doctora en Ciencias Sociales
Director de tesis: Dr. Guillermo Orozco Gómez
Guadalajara, Jalisco, México. Octubre del 2004

A MI ABUELA AURORA, POR LA MARAVILLOSA HERENCIA QUE ME DEJÓ, LA PASIÓN POR EL CINE

INDICE

INDICE

AGRADECIMIENTOS **9**

INTRODUCCIÓN **11**

1.- LA AUDIENCIA; UN OBSERVATORIO SOCIO CULTURAL **42**

1.1.- LA INTERVENCIÓN DE LA AUDIENCIA EN LAS PROPUESTAS Y POLÍTICAS CINEMATOGRÀFICAS **46**

1.2.- CINE, RECEPCIÓN Y AUDIENCIA

1.2.1.- Orígenes de los estudios de recepción en el cine (1902 – 1950) **56**
1.2.2.- Tendencias de los estudios de cine y recepción en México **62**
1.2.3.- Estudios empíricos de audiencias **80**

2.- LA RECEPCIÓN Y LA CONSTRUCCIÓN DE AUDIENCIAS EN EL MARCO DE LOS ESTUDIOS DE CINE Y CULTURA **90**

2.1- TEORÍAS CINEMATOGRÁFICAS **91**

2.2.- ESTUDIOS DE RECEPCIÓN EN LA COMUNICACIÓN Y LA CULTURA **94**
2.3.- CONSTRUCCIÓN DE LA AUDIENCIA **99**

2.4.- DERIVACIÓN TEÓRICA INTERDISCIPLINARIA **102**

2.5 .- LA INVESTIGACIÓN CUALITATIVA EN LOS ESTUDIOS DE RECEPCIÓN **106**

3.- MODELO Y ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS **110**

3.1.- DISEÑO METODOLÓGICO **113**

3. 2.- CONSTRUCCIÓN Y DISEÑO DE LA MUESTRA DE AUDIENCIA **120**

3.3.- UNA APROXIMACIÓN ABIERTA PARA LA CONSTRUCCIÓN DEL PERFIL DE LOS SEGMENTOS DE AUDIENCIA **126**

3.4.- APORTES Y LIMITES DE LAS ENTREVISTAS SEMIESTRUCTURADAS **132**

3.5.- OBSERVACIÓN PARTICIPATIVA **141**

3.6.- CONSTRUCCIÓN DE LOS GRUPOS DE DISCUSIÓN **144**

3.6.1.- Dinámica ambiental **150**

3.6.2.-Dinámica de discusión **154**

4.- LA CINEAUDIENCIA EN EL MARCO DE LOS NUEVOS ESCENARIOS MASSMEDIÁTICOS **160**

4.1.- REGIONALIZAR DESDE EL AMBITO DE LA CULTURA **162**

4.2.- LOS ESCENARIOS MASSMEDIÁTICOS **168**

4.3.- LOS NUEVOS TEMPLOS DEL ENTRETENIMIENTO **175**

5.- DOS CASOS INÉDITOS EN GUADALAJARA **185**

5.1.- ***AMORES PERROS;*** **LA DOBLE MORAL DEL MEXICANO** **197**

5. 2.-*¡Y TU MAMÁ TAMBIÉN¡* EN EL LIMITE DE LA MODERNIDAD **206**

5.3.- ¿EL CINE MEXICANO COMO ESPEJO DE LA REALIDAD? **212**

6.- LA MEMORIA DEL CINE COMO EXTENSIÓN DE LA MEMORIA CULTURAL **226**

6.1.- EL PLACER DE MIRAR EN LO OSCURO **228**

6.2.- LA MEMORIA DEL CINE **232**

6.3.- EDUCACIÓN SENTIMENTAL A TRAVÉS DEL CINE **235**

7.- MODOS DE REPRODUCCIÓN Y RESIGNIFICACIÓN EN LOS DISCURSOS DE LA LOCALIDAD A PARTIR DE UNA PROPUESTA FÍLMICA

7.1.- LA RESIGNIFICACIÓN EN LA PRODUCCIÓN DISCURSIVA **247**

7.2.- ANÁLISIS DE NIVELES DE CINEVIDENCIA Y MODALIDADES DISCURSIVAS **251**

7.3.- MODELOS DE GÉNERO **258**

7.4.- PERTENENCIAS CULTURALES **265**

7.5.- POSICIONES IDENTITARIAS **268**

7.6.- LOS DISCURSOS DE LA LOCALIDAD **271**

8.- CONCLUSIONES **276**

BIBLIOGRAFÍA **289**

FUENTES HEMEROGRÁFICAS **301**

COBERTURA CRONOLÓGICA DE LOS MEDIOS IMPRESOS **307**

LOCALES NACIONALES E INTERNACIONALES DE AMORES PERROS E ¡ Y TÚ MAMÁ TAMBIÉN!

FICHAS FILMOGRÀFICAS **317**

ANEXOS

I.- GRÀFICA DE LA AUDIENCIA POR CATEGORÍAS REFERENCIALES **322**

II.- GUIÓN DE LA ENCUESTA ESCRITA **326**

III.- GUIÓN DE LA ENTREVISTA **327**

IV.- FICHA DE REGISTRO DE LOS GRUPOS DE DICUSIÓN **330**

V.- REGISTRO DEL COMPORTAMIENTO DE LA OFERTA DEL CINE MEXICANO EN LAS SALAS DE CINE DE GUADALAJARA (1999 –2004) **332**

VI.- RELACIÓN DE LAS SALAS DE CINE POR ESTABLECIMIENTOS EN GUADALAJARA 343

AGRADECIMIENTOS

En el desarrollo y elaboración de este trabajo intervinieron varias personas con quienes estoy infinitamente agradecida, ya que soin su apoyo, colaboración, dispocisión y conocimiento no hubiera sido porsible llevarlo a cabo.

En primer orden, quiero darle las gracias a mi director, Dr. Guillermo Orozco Gómez, quien desde la primera entrevista que tuvimos para dialogar sobre mi protocolo de investigación, manifestó interés, primero que nada en el tema mismo, y de inmediato establecimos una dinámica de trabajo, misma que perduró a lo largo de estos cuatro años y medio. El Dr. Orozco siempre estuvo dispuesto a la confrontación y al intercambio de opiniones, a orientarme con sus lecturas, observaciones, sugerencias, críticas, y preguntas provocadores, sin las cuales las dimensiones, los alcances y los resultados de esta investigación no hubieran conluído convenientemente para ambas partes.

Agradezco a los maestros del CIESAS - Occidente que me ayudaron a repensar y a discutir los avances de mi investigación, algunos desde el seminario de Cultura, como fue el caso de la Dra. Patricia Safa, el Dr. Jorge Alonso y el Dr. Jorge Aceves, otros desde la informalidad de una taza de café o una charla en la terraza.

A todas (os) mis compañeras (os) de generación, muchas gracias por su paciencia e interés para escucharme en los Coloquios, e incluso fuera de ellos; sus comentarios, dudas y sugerencias me dieron nuevas pistas de indagación.

Agradezco de manera muy especial a todas aquellos que participaron en el trabajo de campo de esta investigación, y de quienes omito nombres porque fueron demasiados, pero saben lo importante que fue para mi, su tiempo, su voluntad, sus testimonios, sus relatos,

sus confesiones, sus reclamos, y todas sus opiniones, sin las cuales no hubiera podido responder a mis preocupaciones, retos y presupuestos teóricos y metodóigicos que me planteé.

Así mismo, debo un agradecimiento distintivo al Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social de Occidente, al Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología y al Centro Univeristario de Ciencias Sociales y Humanidades de la Universidad de Guadalajara por su apoyo financiero para llevar a cabo satisfactoriamente cada una de las etapas de trabajo de esta tesis.

Tengo una deuda muy grande con Rocío Pérez, quien desde el arranque de las primeras encuestas orales y escritas, y todo el resto del trabajo de campo, y de investigación documental me brindó su apoyo y tiempo, no importando la hora o el día en que se necesitaba hacer determinada actividad, o ir detrás de un dato preciso e importante.

Durante las diferentes etapas de trabajo de campo en los complejos de cine y plazas públicas de la ciudad, el apoyo de la gerencia y el personal administrativo fue siempre cordial y de desinteresada disposición para brindarme información y acceso, incluso, debo mencionar que en la Plaza San Isidro se esmeraron en custodiar y vigilar nuestras frecuentes visitas. De manera muy especial vaya un agradecimiento al señor Angel Moreno, Presidente de la Cámara de Cinematografía en Jalisco, quien desde la primera vez que aceptó regalarme una mañana de su tiempo para hacer una larga entrevista, mostró interés en compartir sus enseñanzas, experiencias y valiosa información, así como a brindarme acceso a fuentes documentales privadas.

A mis amigos y colegas Elisa Cárdenas, Sergio de la Mora, Angel Miquel, Andrea Noble, Laura Podalski y Zuzana Pick, muchas gracias por haberme dedicado, con cuidado y

rigor, algunas horas de su tiempo, para escucharme, leerme, confrontarme y darme ánimo en los momentos más complicados del proceso de elaboración de esta tesis.

La deuda mayor, sin embargo, la tengo con mis hijas Natalia y Sofía, quienes me dieron el mayor aliento para no claudicar ni desalentarme; sin su cariño, comprensión, y uno que otro reclamo, esta aventura hubiera sido muy azarosa.

INTRODUCCIÓN

Seleccioné el tema de la recepción en el cine y su audiencia en Guadalajara como un regreso y deuda pendiente que tenía con mis primeras pesquisas como investigadora de cine. Esto sucedió al término de mi *proyecto* de *Crónicas tapatías del cine mexicano (1917 – 1940),*[1] mismo que me permitió inferir en uno de los capítulos históricos más interesantes de la historia del cine en Jalisco, es decir la llegada del "cinematógrafo" a la ciudad de Guadalajara, y la manera en que éste desplazó una de las más añejas tradiciones tapatías: el teatro. A lo largo de esta inolvidable aventura, pude constatar cómo la prensa tapatía y sus habitantes habían recibido los primeros ensayos fílmicos mexicanos que le apostaban a una recreación de modelos extranjeros, con argumentos tomados de las obras clásicas mexicanas, o bien de las primeras ficciones de corte nacionalista, y cómo impactaron y modificaron el sentir social y cultural de una ciudad. Dicho trabajo me dejó, entre otras inquietudes, aquella de no haber podido encontrar las voces de quienes vivieron este capítulo histórico, ya qué solamente pude rescatar las interpretaciones que los cronistas hicieron del sentir colectivo social.

Años después, incursioné por otras temáticas y enfoques ligados al cine nacional y latinoamericano, y a las implicaciones de orden social y cultural que tuvo el quehacer cinematográfico de las cineastas pioneras, su invisibilidad en la historia del cine, y posteriormente me interesó establecer vínculos con los estudios de género y la antropología.

Decidí entonces hacer un estudió de la recepción del cine mexicano contemporáneo en una muestra selectiva de los segmentos de audiencia en Guadalajara, con miras a

[1] .- Cfr. Torres, Patricia (1992).

establecer un marco inteligible teórico donde se fusionaran enfoques de antropología cultural, cine y comunicación.[2] Ello con el objetivo de entender y explicar las diferentes videncias e interpretaciones que se hicieron sobre dos referentes fílmicos mexicanos (las películas: *Amores perros (*2000), de Alejandro González Iñarritu e *¡Y tú mamá también¡* (2001) de Alfonso Cuarón) y lo que hay detrás de estas propuestas.

Trabajé con sujetos sociales de la ciudad de Guadalajara por las siguientes razones. Primero, porque creo que desde la década de los sesenta se han asentado en esta ciudad toda suerte de iniciativas individuales y colectivas a favor de la cultura cinematográfica,[3] mismas que han culminado con fructíferos proyectos (Festivales de Cortometrajes, Cine Clubs, Escuelas de Cine y Video, Centro de Investigación y Estudios Cinematográficos) que han venido a renovar el gusto y afición por el cine en general, y el cine nacional. En

[2].- Me gustaría señalar en primer termino las diferentes usos que voy a dar al concepto de audiencia: para hablar de un colectivo; la audiencia y/ o los segmentos de audiencia, para hablar de manera individual; sujeto-audiencia y/o miembros de la audiencia. De este universo de 206 participantes, se realizaron 164 encuestas orales y escritas; 20 entrevistas a profundidad y se formaron y diseñaron tres diferentes grupos de discusión en los que participaron 22 sujetos de rangos de edad de 18 a 42 años, de ambos géneros y de diferentes estratos sociales y educativos.

[3].- Las primeras iniciativas de la fundación de Cine Clubs, Festival de Cortometrajes a favor de al difusión de la cinematografía internacional, nacional y local datan de 1961 cuando por iniciativa del Lic. Roberto Pardiñas se organizó el primer Festival de Cortometrajes, años después, en 1964 a 1967, le tocaría darle seguimiento al Lic. Fernando López Ochoa. A finales de la década de los setenta fue notorio también el surgimiento de varias iniciativas para fomentar la cultura cinematográfica a través de los Cine Clubs. Arrancó el de la Universidad de Guadalajara, ubicado en el entonces edificio de Av. Vallarta y Escorza que albergaba a la Escuela de Música, y que luego desapareciera debido a la demolición del edificio. A principios de la década de los ochenta la Alianza Francesa abrió también las puertas de otro Cine Club, mismo que hasta la fecha sigue activo, posteriormente se fundó el grupo de "Cine y Crítica" como una Asociación Civil, conformada por aficionados, cinéfilos, estudiosos y cineastas mexicanos (Jaime Humberto Hermosillo), que al cabo de un tiempo levantaron otro proyecto de Cine Club, en el entonces Instituto Anglo Mexicano. Para estas mismas fechas, se logra fundar, por iniciativa de la Universidad de Guadalajara, la escuela de Cine bajo la dirección de Jaime Humberto Hermosillo, en la cual se empezarían a formar las primeras generaciones de videoastas y cineastas tapatíos. Bajo el mismo auspicio de la Universidad de Guadalajara, la escuela pasa a ser Centro de Investigación y Estudios Cinematográficos, dirigido por el reconocido historiador y crítico de cine, Emilio García Riera, lugar que se convertirá en el centro de vanguardia y excelencia en Iberoamérica, tanto en el campo de la investigación, como en la docencia, la difusión cultural y la producción editorial. Años después, este Centro daría cabida a una serie de proyectos, que a la larga se fusionaron con otras instancias, hasta lograr la fundación, primero de una Coordinación de Medios y luego de una Escuela de Artes Audiovisuales (1991), actualmente convertida en el Departamento de Imagen y Sonido, mismo que oferta las licenciaturas en video, guión, apreciación y la Maestría en Estudios Cinematográficos.

particular, la "Muestra de Cine Mexicano" fundada por la Universidad de Guadalajara en 1986, ha sido desde entonces y hasta la fecha, un importante escaparate para la difusión y el consumo del cine nacional en Guadalajara, y ha logrado mantener un fuerte impacto cultural, e indudablemente se ha convertido en un factor medular en la conformación de gustos y capitalización de nuevos segmentos de audiencia. Tan sólo de 1990 a la fecha la asistencia a la Muestra ha aumentado de 26 mil a 65 mil personas.[4] Ha sido también notable ver cómo se ha reconfigurado el perfil de los asistentes; hasta hace una década era lugar común ver cómo el perfil de las audiencias asiduas eran sujetos, de edades que oscilaban entre los 30 y 45 años de los sectores medios y medios altos, quienes asistían regularmente al Cine Club del Instituto Cabañas, el Cine Club de la Alianza Francesa, a las Muestras Internacionales de Cine y Foros de la Cineteca Nacional que se programaban en el Cine Foro de la Universidad de Guadalajara - al menos cuatro veces al año- o a las Salas de Cine donde se exhiben películas extranjeras de corte no comercial. A partir de 1990 la afluencia de una nueva audiencia de jóvenes, de entre 18 a 23 años, de diferentes estratos sociales, es cada vez más notoria.[5] Uno de los logros mayores de estas iniciativas es que se recuperó significativamente una audiencia mayoritaria para el cine nacional.

---

[4].- Dichas estadísticas provienen de los sondeos que el Centro de Estudios de la Opinión de la Universidad de Guadalajara ha venido realizando a partir de 1990. Otros registros de estos levantamientos de datos reportan que: el 95% de la audiencia son jóvenes de entre 25 a 35 años, estudiantes y profesionistas. Cabe mencionar que algunos de estos datos tienen que ver con cambios al interior de la organización de la propia Muestra, en particular con la extensión de los circuitos de exhibición. Durante los primeros cinco años las películas se presentaban solamente en dos o tres salas de cine (Cinematógrafo, Instituto Cabañas y el Cine Club del Instituto Anglo Mexicano. A partir de 1991, fecha también significativa, en cuanto a la producción y tipo de películas que se estaban presentando, se extendieron a más salas de cine ubicadas en diferentes sectores de la población (Cinemas Tolsá, Gran Plaza, Centro Magno, Plaza Pabellón, Plaza Cinemark, Cine Foro y Cine Foro Salvador Allende), con lo cual aumentó también el número de audiencia.

[5].- En 1991 el comunicólogo Enrique Sánchez Ruíz realizó un estudio *Cine, televisión y video: hábitos de consumo fílmico en Guadalajara,* mismo que reportó que, de una muestra de 99 y 179 encuestados un 44% prefiere ver cine en las salas de cine, un 12% de la población se consideran cinéfilos, ya que un 21.2% van dos veces por semana y 21.8% lo hacen una vez a la semana, y se pudo registrar también que el público asistente oscila entre 13 y 25 años. El diario *Reforma* ha venido haciendo desde 1996 y hasta el 2004 sondeos en las ciudades de Monterrey, México y Guadalajara sobre Consumo de los Medios, y en ellos se han

Pienso por tanto, que en este entorno geográfico ha habido una oferta cinematográfica, que ha brindado a sus habitantes la posibilidad de acceso y disfrute de una industria cultural como el cine, pero que por lo mismo, fue necesario problematizar la construcción de los segmentos de audiencia con los que trabajé, desde diferentes perspectivas. Desde una visión cultural que me ayudó a entender, que el cine además de ser un fenómeno social y cultural masivo, es una práctica cultural que directamente está implícita en la producción y reproducción de significados, valores e ideologías. Desde un enfoque socio /económico que me permitió ubicar a este bien cultural – el cine – y a su audiencia, en el marco de una red desigual de instituciones precisas y especializadas que se encargan de su producción, distribución y exhibición , y por tanto interfieren en el proceso de recepción.

Me interesó investigar la recepción del cine mexicano y su audiencia, porque en México, y al interior de la comunidad académica vinculada a este campo de estudio, apenas hasta hace una década se han planteado los primeros trabajos, en su mayoría ligados a perspectivas de carácter mercadotécnico y de consumo, y no a realizar una problematización de cómo producir conocimiento y métodos para entender la recepción como un proceso de interacción, resignificación y negociación de sentido.

Utilizo el término audiencia desde la perspectiva teórica de los estudios de cine y de la comunicación. En la comunicación, "audiencia" se refiere al sujeto social colectivo, y se sustenta en la corriente "del análisis crítico de la audiencia". Uno de los exponentes de esta corriente David Morley la define como: *un conglomerado de lectores individuales situados*

---

reportado los siguientes datos para la ciudad de Guadalajara y el consumo del cine; de 1996 a la fecha se ha incrementado la asistencia al cine de un 32 a un 48%, un 57% tiene una idea favorable del cine mexicano, y un 83% sigue teniendo una predilección por el cine mexicano de la época de oro (1940 –1953).
Los datos que arrojan estas estadísticas pueden ser relevantes, solamente porque están produciendo una verdad que es más apropiada para conocer las necesidades de control de las casas productoras y distribuidoras. Pero para fines de un estudio empírico, sirven solamente como marcos referenciales.

socialmente, cuyas lecturas individuales serán enmarcadas por formaciones y prácticas culturales compartidas que preexisten al individuo (1996:86).

En el marco de los estudios de cine, se utiliza el término audiencia para referirse a la relación entre espectador y texto y para diferenciarlo de la aproximación psicoanalítica, así como de los estudios de corte sociológico. Este es el caso de la corriente neoformalista de corte cognitivo representada por David Bordwell, Kristen Thompson y Janet Staiger (1986). Esta última sostiene que el contexto es un factor sustancial para abordar los estudios de recepción empíricos, y que éste es mucho más importante que los propios relatos fílmicos, así como los testimonios de los miembros de la audiencia y su práctica de "cinevidencia" (Staiger: 2000).[6]

Ambas posturas me ayudaron a entender que la "audiencia" se construye en y por la dinámica de varias potencialidades interrelacionadas: la de las ofertas y las de las expectativas que se generan en un espacio social, y que ambas a la vez son agentes de reproducción y transformaciones. Es decir, que el cine además de arte y espectáculo, es vehículo ideológico, fábrica de mitos, documento histórico de la sociedad, pero también industria y la película es una mercancía que sirve a determinados intereses, y entonces la noción de audiencia se tendría que pensar en términos de una experiencia cultural que permite al sujeto reconocerse y actuar en el campo de la producción y el consumo de bienes simbólicos.

No es fortuito que el cine desde sus orígenes (1896 /1917) se haya preocupado por establecer un sistema de estrellas y de fórmulas genéricas, como elementos sustanciales

[6].- El término de "cinevidencia" deriva de la propuesta de Guillermo Orozco sobre sus estudios de televisión, a la cual denomina "televidencia", misma que se reconoce como una realidad mediada por la cultura contemporánea , y que se refiere a una realidad particular de este proceso que confluye y parte de la relación que establecen los sujetos sociales con la televisión (Orozco: 2001). De la misma manera se puede aplicar al cine y su relación con sus segmentos de audiencia.

para formar y educar a su audiencia.[7] La prueba más fehaciente y actual es la manera en cómo los segmentos de audiencia en México han ido marcando las temáticas y narrativas de la producción fílmica a partir del consumo inédito que ha habido en relación a los relatos fílmicos relacionados con los jóvenes. Tan sólo por citar uno de los parámetros de conformación de gustos y preferencias que actualmente predominan.

Sin embargo, Ien Ang, planteó desde principios de la década de los noventa, que aproximarnos al estudio de las audiencias (en su caso las audiencias de la televisión) y para problematizar su construcción, tendríamos que concebirlas; "*más que como unidades identificables que pueden ser constantes a lo largo de las circunstancias, como identidades múltiples y movibles que van cambiando de situación en situación, y de contexto en contexto*" (Ang:1991:32). Y que vista desde una perspectiva epistemológica, la audiencia no puede ser pensada como una categoría consolidada, sino como una "colectividad taxonómica" (Rom Harré:1981). Es decir, una entidad conformada en principio por individuos no relacionados que forman un grupo únicamente porque cada miembro tiene una característica. Para el caso de mi estudio, la de ser consumidores del cine mexicano, y formar parte de una geografía social y cultural determinada.

---

[7].- Como toda invención científica, el cine surgió tras una acumulación de hallazgos y experiencias diversas, donde la fotografía fue el antecedente primario - Joseph – Nicéphore (1765 –1833) - . El progreso de ésta técnica avanzó vertiginosamente de la mano de la ciencia - química hasta alcanzar la conjunción de dos experiencias cronofotográficas; Thomas Alva Edison (1847 –1931) logró en 1895 impresionar las primeras películas y a los hermanos Louis y Auguste Lumière les correspondió el privilegio de hacer la primer exhibición pública en 1895 del primer aparato que conjunta imagen y movimiento, "el cinematógrafo". Al cabo de unos pocos años, las "vistas" pasaron a convertirse en seriales y relatos con argumentos; avanzó George Méliés (1861 – 1938) en el cine de ciencia – ficción, y para principio de siglo XX, Edwin S. Porter (1870 –1941) había logrado la unidad dramática y narrativa a través de dos acciones paralelas. Solventadas las dificultades de los centelleos de las imágenes, la longitud de las películas aumentan, así nacen los largometrajes y los cortometrajes (1908). Siguen a estas invenciones y adelantos "técnicos" los avatares de toda una industria, y así se empiezan a edificar los primeros pilares de este negocio; las salas de cine, los estudios de cine, los y las actrices, y la materia prima; los géneros cinematográficos.
Para mayor información sobre este fascinante capítulo histórico del cine como arte, espectáculo e industria, consultar: Gubern, Román (1988), Sadoul, George (1972).

También me encontré que en los estudios sobre audiencias en el cine hay una preocupación sustancial de abordar el proceso de recepción en el momento mismo de estar en una sala de cine frente a la pantalla, olvidando otros observables que tienen que ver con el antes y el después. Es decir, que no se consideran las "comunidades de interpretación" (Jensen:1987) o de "apropiación" (Orozco:1993) (prensa, familia, escuela, amigos) y la propia región cultural a la que pertenecen los sujetos de estudio, a fin de poder conocer el proceso en todas sus fases.[8] Y sobre todo, que es necesario ubicar en sus justas dimensiones socio históricas al encuentro sujeto - referente mediático.

En el momento de estar revisando la literatura temática me enfrenté a una carencia de información bibliográfica nacional, y me percaté de la poca atención que se le ha dado a los estudios de recepción empíricos. Es decir, que no había suficientes trabajos que hubieran atendido asuntos sobre cómo los sujetos sociales de una comunidad urbana han vivido y resentido una serie de transformaciones culturales e impactos, a través de los nuevos lenguajes audiovisuales, las propuestas del cine nacional actuales, y los modos en que ahora se consume el cine, como medio de esparcimiento y ocio, y como medio de reconocimiento de valores sociales. Lo que me favoreció, fue encontrar bibliografía especializada internacional en este campo, y con enfoques interdisciplinarios, sobre todo al interior de la academia británica, donde hace ya más de dos décadas han elaborado proyectos serios al respecto. Tres trabajos en particular me sirvieron de referentes para poder concebir mi diseño de investigación, y la complicada labor de fusionar teoría y método, a fin de reconocer posturas epistemológicas e ideológicas, e implicaciones de las

[8].- De entre los estudios nacionales de recepción en el cine que priorizan un enfoque diferente, interdisciplinario y empírico se pueden citar los de: Iglesias, Norma (1998) y el de Gómez, Héctor (2003). La tesis doctoral de Norma Iglesias fue un antecedente importantísimo en el diseño metodológico de mi investigación, y posteriormente para sustentar el diseño y construcción de mis grupos de discusión.

mismas en el abordaje de este objeto de estudio; el de Marie Gillespie (1994), el de Annette Kuhn (1989/ 2002) y el de Jackie Stacey (1995).[9]

En esta primera parte de reconocimiento y ajustes de proyecto, pude constatar que al interior de los campos de la comunicación y la cultura se tenía mucho más experiencia y trayectoria hecha sobre los estudios de recepción. Con la salvedad que una gran mayoría de éstos se avocan a la televisión y los han desarrollado principalmente los siguientes autores: Klaus Brhun Jensen (1993 –1997), Stuart Hall (1992), Jesús Martín Barbero (1987 – 1997), David Morley (1996) y Guillermo Orozco (1994:b).

En el caso de México, la obra de Guillermo Orozco fue la que inició el movimiento sobre los estudios de recepción, centrado su objetivo en encontrar, además de las mediaciones culturales ya trabajadas por Jesús Martín Barbero, las mediaciones institucionales, tecnológicas y cognitivas, bajo el concepto de que el "receptor no nace, se hace" (Orozco: 1988:1989).

Los estudios de recepción de estos autores fueron una propuesta novedosa para encontrar otras maneras de explicar la acción de los medios de comunicación, y en particular el de la televisión, la relación con sus audiencias, la conceptualización y construcción de éstas, así como los métodos y procedimientos de estudiarlas.[10] A decir de Héctor Gómez, estos estudios anunciaban una manera de ver el proceso de comunicación desde la experiencia de los sujetos en su vida cotidiana, fueron evolucionando de tal suerte, que tuvieron que vincularse con los estudios culturales al incorporar una visión,

[9].- Retomé para esta vinculación los postulados de Denzin (2000), quien expresa que los métodos son poco útiles hasta que no son interpretados bajo un lente teórico que permite apreciar en conjunto una realidad social y la incidencia de un bien cultural en su población, para de esta forma poder dar orden y discernimiento a lo que se está observando.

[10].- Hasta 1994 se identificaban cuatro corrientes que estudiaban la recepción: el consumo cultural de Néstor García Canclini, los frentes culturales de Jorge Gónzalez, el uso social de los medios de Jesús Martín Barbero y el modelo de las multimediaciones de Guillermo Orozco.

necesariamente, sociocultural, y en ello se les ha cuestionado y en algún sentido no ha habido una verdadera discusión (Gómez:2003: 967).

Decidí entonces elaborar un camino teórico y metodológico sobre un estudio empírico de recepción y resignificación frente a dos propuestas fílmicas mexicanas que hubieran marcado un precedente renovador y significativo en una región cultural específica. Bajo este esquema realicé un análisis crítico de las convenciones culturales dominantes y la producción discursiva que estructuran la construcción de significados por parte de un segmento de audiencia (sujetos sociales que radicarán en la ciudad de Guadalajara). Ello me llevó a establecer una estrategia metodológica múltiple y de corte cualitativo que me permitió estudiar la manera; primero de cómo construir a mis sujetos - audiencia, y cómo estas "enfrentan" y "resignifican" las propuestas sociales y morales del cine mexicano contemporáneo. Y para ello, dejé de pensar en definiciones, o simples descripciones, y me propuse utilizar estrategias de conocimiento. Es decir, que diseñé un camino para encontrar observables e indicadores de análisis que me ayudarán a identificar a los miembros de una audiencia por atributos específicos.

Elaboré entonces un cuerpo teórico interdisciplinario que me permitió abordar el proceso de la recepción desde las convenciones culturales de los sujetos sociales, que son al final de cuentas las que influyen en la manera de mirar, percibir y resignificar una película. Si bien mi interés estaba centrado en los estudios empíricos de recepción en el cine y su audiencia, varias posturas y enfoques de diferentes campos espistemológicos (antropología cultural, estudios de la cultura y sociales) me fueron de gran apoyo para ajustar postulados teóricos y el diseño mismo de las estrategias metodológicas, ante las emergentes y permanentes realidades que fui encontrando, una vez que trabajé directamente con mis sujetos de estudio.

Ello me permitió estudiar la interpretación que los sujetos sociales hicieron sobre dos películas, como una acción compleja, y no como un acto mecánico ni mucho menos homogéneo, sino activo que exige la participación de los segmentos de audiencia. Este camino me permitió corroborar que la recepción del cine está mediada por una amplia gama de fuentes de mediación (sector social, género, nivel educativo, edad, preferencias cinematográficas, y otras más), de factores (contexto histórico de producción, comunidades de interpretación, proceso *in situ,* y situaciones particulares en las que se vio la película), de instituciones (productores, distribuidores) y disposiciones, tanto de índole personal como social.

En otras palabras, ubiqué la recepción cinematográfica a la manera de Orozco (1990) como un proceso mediado, que "trasciende el mero acto de estar frente a una pantalla". Lo cual significó a su vez trascender el nivel primario del proceso de recepción (visiones - reacciones) que tiene una película en su audiencia, y pasar a otro nivel de reconocimiento, el de la identificación, y de apropiación y significación.

También creo que este conjunto de lentes con los cuales observé el proceso de recepción, me permitió escudriñar en las modificaciones de los modelos de narrar, el fuerte impacto que tiene la conjunción e innovación de las gramáticas audiovisuales, y en la importancia mediática que tiene la actual hibridación de los lenguajes audiovisuales en el marco de un contexto globalizado, a la vez que local.

De entrada, dicho matiz me estaba indicando que tendría que enfrentar el reto de apostarle a una hipótesis que plantea lo siguiente: que no obstante los alcances que tiene este fenómeno, que reconfigura y abarca actualmente todos los aspectos de la dimensión

social y humana, es posible sustentar una acción comunicativa individual, y una construcción de sentido, local e individual.[11]

Esta directriz hipotética me marcó una ruta analítica más, aquella de rescatar la importancia que tiene estudiar el cine mexicano contemporáneo y el peso que éste tiene en la construcción de identidades individuales y colectivas. Es decir, que en el momento de enfrentar el análisis e interpretación de la producción discursiva, con respecto a las dos propuestas de sentido con las que trabajé, no me podría limitar a entenderlas únicamente como evidencias y procesos de significación de una población y sus prácticas culturales, sino que además tendría que redimensionarlos a nivel individual y social.

Este segundo corte analítico y de contextualización significó hacer un cruce de interpretación, entre la manera en cómo los tapatíos han visto al cine nacional, y la manera en como este conocimiento se ha elaborado social y culturalmente; bien en forma de sentido común, que se reflejó en una serie de referencias y registros cinematográficos, o bien en la manera en cómo fueron surgiendo una serie de recuerdos y anécdotas personales y colectivas.

A partir de esta producción discursiva pude construir y entender mejor a los sujetos sociales con los que trabajé, en tanto miembros de una audiencia, y su relación que establecen con un referente mediático, para a su vez reconstruirlo.

Sobre este asunto en particular Javier Callejo señala que: *Se empieza a afirmar que es el público el que construye a los medios, y por tanto se construye a sí mismo. El significado de la audiencia es el sentido que la gente da a su relación con los respectivos medios de comunicación* (2001:78). Sin embargo, lo medios no lo definen todo. Cuando

[11].- Roberston, Roland (1992) sostiene que la globalización no se puede comprender sin su contraparte, la "glocalización". Es decir, la manera cómo las dimensiones locales se conforman a través de procesos históricos y sociales particulares, y adquieren sentido y manifestaciones específicos.

se habla de la capacidad de manipulación que tienen los medios es preciso recordar que otros espacios de socialización – la escuela, la familia, redes sociales, redes políticas, culturales y sociales- complementan, matizan y en ocasiones contrarrestan el ascendente que los medios tienen sobre los sujetos / audiencia. Pero con todo esto, es indudable que los medios no sólo contribuyen a la conformación de gustos y estilos culturales, sino que, a la vez tienen un papel muy importante en la construcción de mundos de vida e identidades.

Metodológicamente hablando, diseñé una perspectiva de carácter cualitativo, ya que se trataba de elaborar un análisis de los procesos sociales de mediación que establece una película con sus segmentos de audiencia. Es decir, entender la manera en que los tapatíos se han relacionado socialmente con el cine nacional en estos últimos años ¿Cómo se ha configurado este proceso, y qué es lo que ha pesado más en éste? ¿Ha sido acaso, un repertorio de información socialmente elaborado y compartido? y ¿Cómo han incorporado estas vivencias a su vida cotidiana?.

Otra intención más fue conocer los niveles discursivos mediante indicadores de análisis y observables complejos de medir, y entonces, el único medio para poder conocerlos era la vía del trabajo directo de campo, a través del cual establecí una relación estrecha con los sujetos – audiencia y sus prácticas sociales y culturales.

Estos niveles fueron; el que apuestan los realizadores de una propuesta de sentido (película*)*; el que se da cuando esta propuesta entra en un proceso de exhibición, y por tanto de recepción; el que ofrecen los elementos temáticos y cinematográficos y, el que los segmentos de audiencia recuperan a partir de posicionamientos identitarios e ideológicos.

Por tanto creo, que el hecho de haber partido de los sujetos y su producción discursiva me permitió abrir una discusión teórico - metodológica sobre el cómo los segmentos de audiencia "enfrentan" y "resignifican" las nuevas propuestas sociales y

morales del cine mexicano contemporáneo. ¿Cuál fue el detonante? ¿Fue acaso el contexto histórico actual en donde se están desdibujando las fronteras de los lenguajes audiovisuales? Y entonces ¿Es el proceso de hibridación de los mismos el que está transformando las maneras de ver e interpretar los referentes mediáticos? O bien ¿Son las categorías referenciales (edad, género, escolaridad, estrato social, situación laboral) las que predominan en este proceso?.

Este último componente es sumamente importante porque en el marco de las actuales discusiones en los estudios de recepción empíricos, las categorías referenciales, que años atrás eran claves para hacer una diferenciación de análisis e interpretación, hoy en día están cambiando. De manera puntual, pienso que en el caso de la categoría referencial de cultura de clase (Habermas:1989), está perdiendo fuerza como tal para distinguir o diferenciar los niveles de lectura que de un referente mediático se hagan. Ello se ha debido a que el impacto y el desarrollo industrial y tecnológico ha impuesto en los sujetos sociales nuevas aspiraciones de consumo, modas e informaciones dirigidas que todos los estratos sociales comparten. Más aún, si consideramos que es el tiempo libre, el ocio, lo que está relacionado con los prácticas de entretenimiento de mayor popularidad.

Considero que actualmente el "tiempo libre" se vive, no solamente al ritmo de las actividades que propicia la oferta cultural urbana, incluida entre éstas, la oferta cinematográfica, sino al ritmo de las tecnología del video, el tele cable, la computadora y la *internet*.

Lo que encontré en mi universo de investigación es que "edad" y "escolaridad" son las categorías referenciales que tienen un peso mayor en el proceso de identificación /negociación/ resignificación entre una propuesta de sentido y los sujetos sociales. Y en todo caso, las convergencias o diferencias de producción de sentido estuvieron más ligadas

a los usos sociales, o bien al tipo de gratificación que representó para los segmentos de audiencia.

No obstante, este problema de afrontar la acción comunicativa de las audiencias en relación a su producción de sentido, y el uso social que están dando a las nuevas propuestas fílmicas nacionales, puede ser un acercamiento reduccionista, sino se vinculan estas construcciones con el marco de la compleja trama de relaciones políticas, económicas y sociales en las que se inscribe este proceso de recepción -identificación - negociación. De tal suerte, que fue necesario circunscribir el análisis global de esta investigación a coyunturas y contextos paralelos ligados a políticas culturales de la localidad, así como a políticas centralizadas que, al menos en los últimos diez años, han modificado las dimensiones y alcances de producción y exhibición del cine mexicano. Las nuevas políticas de financiamiento compartido con capitales extranjeros, las estrategias colectivas de producción con países iberoamericanos, así como la negociación de nuevos canales de distribución y exhibición, son tan sólo algunas de estas políticas que han contribuido a la renovación del cine nacional.

Fue también importante destacar, que si bien el cine mexicano está alcanzando una "internacionalización" como hace muchas décadas no tenía, y es innegable que éste ha venido a conformar una nueva identidad, ello no significa que se esté recuperando del todo un espacio de dominio. El cine *hollywoodense* sigue predominando en las carteleras cinematográficas (95%).[12]

Con todo y ello, pienso que la nueva proyección del cine mexicano, tanto a nivel nacional como internacional, sí ha venido a redimensionar sus alcances en materia de

[12] .- Cfr. en Sánchez Ruiz, Enrique (2001).

recepción, y por tanto de dominio social y cultural en su audiencia, como se verá en esta investigación.

Este último factor fue una de las principales razones que me llevaron a seleccionar a la película *Amores perros* como la primera propuesta de sentido a analizar. Luego de realizada la primera fase de trabajo de identificación y construcción de mi muestra de audiencias, decidí esperarme para la selección de una segunda propuesta fílmica por varias razones. Primero, para tener suficientes indicadores y observables que estuvieran lo más cercano posible a las preferencias de la audiencia mayoritaria, y segundo porqué en ese período (verano del 2000 al verano del 2001) en la cartelera de los cines, en los diarios locales y nacionales y en el sentir colectivo tapatío otra reciente película mexicana, *¡Y tú mamá también!,* estaba siendo motivo de escándalo y popularidad.

En el caso de la o*pera prima* de Alejandro González Iñárritu,[13] ésta había sido galardonada con tres premios en el Festival de Cannes del 2000: como el "mejor largometraje" (13,600 dólares) de la Semana de la Crítica, el de los "mejores críticos" y el "Gran Riel de Oro", mismo que otorgan los ferroviarios cinéfilos. Su estreno el 16 de junio del 2000 se dio en el marco de un ambiente político efervescente vinculado a las elecciones presidenciales del 2 de julio que llevaron a Vicente Fox a la presidencia. Tal acontecimiento alcanzó *records* inéditos en taquilla para el cine nacional; la película permaneció en cartelera nacional 16 semanas, recaudó 98 millones de pesos y la vieron tres

[13].- Desde los 23 años Alejandro González Iñárritu ha estado involucrado con el mundo del espectáculo, en 1990 fue director creativo de Televisa; se formó como director de cine y teatro con Ludwig Margules, y como director de actores en la ciudad de los Angeles, California con Judith Weston. En 1995 dirigió su primer mediometraje para la televisión *Detrás del dinero*. Tras el éxito de *Amores perros,* Gonzáles Iñárritu se ha destacado cómo uno de los directores internacionales más aclamados. Dos años después se fue a radicar a Los Angeles donde produjo su segundo largometraje *21 gramos* (2003), una producción mexicano – estadunidense, donde trabaja nuevamente con el guionista mexicano, Guillermo Arriaga, y suma a su reparto a dos de los actores internacionales más connotados de la última década, Binicio del Toro y Sean Penn.

millones de mexicanos.[14] De tal suerte, que la exhibición de *Amores perros* se convirtió en México en un fenómeno social y cultural que levantó polémica en casi todos los sectores del ámbito cinematográfico y el público corrió y fue a verla, arrastrado por la curiosidad y seguro de que la función continuaba y el cine mexicano podía llegar más allá de la denuncia política de *La ley de Herodes* o el humor urbano de *Todo el poder.*[15]

Otro dato relevante es que la película se estrenó en temporada de verano, y durante este periodo se suelen estrenar las novedades hollywoodenses, en este caso *Misión imposible 2*, *Dinosaurios* y *Fantasía,* películas que por otro lado son representativas de los dos géneros más vistos: cine de acción y cine de animación. Por tanto, estrenar una película mexicana frente a estas opciones de competencia representaba una verdadera apuesta del cine nacional. Generalmente los productores y distribuidores nacionales no corren estos riesgos.[16]

Justo un año después, el 8 de junio del 2001, el cine nacional fue nuevamente motivo de aclamación. A la película en cuestión, *¡Y tú mamá también!,* la precedía una ola de denuncias por parte de la Dirección General de Radio Cine y Televisión de

---

[14].- Es importante señalar que estos datos son a nivel nacional, y que su apreciación completa debe hacerse en función y en relación al número de copias con las que cada película se distribuye en el mercado. *Amores perros* salió con 125 copias, un año después *¡Y tú mamá también!,* la superó con 230 copias, pero para el 2003, *El crimen del Padre Amaro* rebasó a ambas, con una salida de 400 copias, un caso inédito en la historia del cine nacional. Otro dato sobresaliente de la película, es que se registra como una de las producciones más costosas, 20 millones de pesos, de los cuales la productora Alta Vista Films invirtió un 80% y el resto corrió por cuenta de Zeta Films, la productora de Gónzales Iñárritu.

[15].- *La ley de Herodes* (1999) de Luis Estrada, es una farsa política sobre la corrupción del gobierno priista, incluyendo una mirada burlona del país en su conjunto. La película está ubicada a mediados de 1949 durante el gobierno de Miguel Alemán Valdéz. Lo más meritorio de su director es que materializa la imagen del partido oficial y sus símbolos (bandera, constitución e imagen del presidente), como no lo había hecho ninguna otra película de corte político en la historia del cine mexicano. *Todo el poder* (1999) de Fernando Sariñaga es una comedia urbana de enredos, que sabe hacer una buena denuncia sobre la corrupción policíaca y la inseguridad pública en la ciudad de México.

[16].- Los datos de entradas y asistencia en los cines de toda la república reportaban al 7 de agosto del 2000 que la película *Amores perros* había recaudado más entradas que las películas hollywoodenses en cartelera.

Gobernación, instancia que le había otorgado a la película la categoría "C" (sólo para adultos).

Las autoridades no cedieron a cambiar a clasificación "B" (propia para adolescentes) y el cuarto largometraje del ya popular Alfonso Cuarón se estrenó a nivel nacional con clasificación "C".[17]

Paradójicamente, y pese a la censura, la película recaudó 101 millones de pesos en 16 semanas consecutivas en cartelera. A dos meses de su estreno salieron al mercado el video, 10 mil ejemplares del CD ROM con libro, y para el verano del 2002 el DVD [18]. En suma, a la película le favoreció enormemente la censura de las instituciones y el morbo de la audiencia nacional.

Más allá de lo que signifiquen estos indicadores como parte de un nuevo fenómeno social y cultural, o una nueva aventura para productores y distribuidores nacionales e internacionales, lo que me importa como precedente es que esta nueva ola de corrientes, temáticas y narrativas cinematográficas están ocupando un lugar especial en las preferencias de las audiencias, y hablar del cine nacional al interior de diferentes estratos sociales, sobre todo los jóvenes, es ya un lugar común.

Además de este contexto de exhibición, distribución, y por tanto de recepción que llevó a la palestra de los éxitos a estas dos películas, me parece que lo más importante es que son dos propuestas fílmicas que registran la crisis social del México contemporáneo en

---

[17].- Al cabo de un tiempo la película arrancó su corrida internacional, para marzo del 2002 *¡Y tú mamá también!* se estrenó en Estados Unidos en más de quince de las ciudades más importantes. Con lo cual, director, productor y distribuidores quedaron convencidos de que el potente aparato de *marketing* que invirtieron y el discurso y folclorismo que conlleva su relato, fueron los mejores componentes para lograr un lugar de prestigio en el nuevo escenario globalizador de modernidad y obtener ganancias nada despreciables (30 millones de dólares).

[18].- La edición del libro y CD ROM fueron editados por Anhelo, con diseño de Trilce y distribución de Océano, en Omar Cabrera, *Mural*, 16 de julio del 2001, Guadalajara, Jalisco.

más de un sentido. Por un lado, en *Amores perros* se rescata el pasado revolucionario y presente neoliberista a la luz de los conflictos internos de tres sectores sociales. Por su parte, en *¡Y tú mamá también!* nos presentan el rostro de un país multicultural, donde la "alternancia" y la "democracia" parecieran ser las soluciones del México moderno. Todo ello visto a través de los ojos de la juventud mexicana de dos estratos por demás representativos de nuestra sociedad; el medio alto y el medio en vías de descomposición.

Así mismo, pienso que estas dos propuestas han marcado un precedente significativo, tanto en las políticas de nuestra endeble industria fílmica, como en la renovación de gramáticas, temáticas y fórmulas genéricas. Capítulo aparte en esta introducción, pero que incumbe a esta investigación y se analiza de manera puntual.

Recuperación de una audiencia nacional

Es importante señalar que el proceso actual de recuperación de la audiencia nacional arrancó a finales de los años sesenta y principios de los setenta, justamente cuando el cine comercial mexicano dejó de funcionar para un segmento de la audiencia del sector medio ilustrado que se había venido forjando a partir de la década de los setenta.[19] La mayoría de estas películas respondían a una visión mercantilista, y recurrían a fórmulas que a decir de los propios realizadores, nunca fallaban, por baratas, rentables y vendibles. Económicamente hablando, tampoco implicaron una gran inversión: *todo es cuestión de*

[19].-Algunos títulos que se hicieron muy populares en esta época son: *Los amores de Juan Charrasqueado*,1967, de Miguel M. Delgado, del cine de "mojados" *Arriba las manos texano*, 1968, Alfredo B. Crevenna, y del cine de "ficheras" y "narcos" *Bellas de noche*, 1974, de Miguel M. Delgado *Bajo el imperio del Hampa*, 1967, de Miguel M. Delgado.

mostrar cuerpos voluptuosos, usar palabras altisonantes, manejar una trama policíaca de enredos, o líos de falda, y el producto se vende como los zapatos. [20]

Con la entrada del régimen político de Luis Echeverría (1970 - 1976) surgió un rasgo que lo diferencia de sus antecesores, y es que en materia de cine le inyecta a éste una nueva imagen, aquella de un cine comprometido con los problemas sociales del país.[21]

La mayoría de los cineastas que sentaron un precedente durante este período (Felipe Cazals, Jaime Humberto Hermosillo, Arturo Ripstein, Paul Leduc) tenían una posición radical con la concepción del cine y su función de agente de cambio social. Fue entonces que se reivindicó al cine como medio de expresión personal, y esto ya era todo un logro en medio de un contexto paralizado y dominado por los hábitos más conformistas y comerciales que caracterizó al cine mexicano de los sesenta. La preocupación de esta generación de realizadores se fincó en construir historias con contenido social, acordes con la problemática que una sociedad mexicana mayoritaria estaba viviendo.[22]

En general, el cine del sexenio de Echeverría puede considerarse como un cine crítico, incisivo, preocupado por temas sociales y políticos. Por primera vez en la historia

---

[20].- Este testimonio lo recogí de una entrevista que me concedió el señor Castro para el proyecto de "Historia Oral del Cine Mexicano" en julio de 1991 en la ciudad de México.

[21]. –Esta nueva política estatal es la expresión de una cadena de circunstancias que fortalecieron al cine mexicano, tales como: la fundación en 1947 del Banco Nacional Cinematográfico con una inversión de mil millones de pesos, a fin de modernizar el aparato técnico y administrativo del cine nacional; la creación en 1975 de tres compañías productoras de cine, propiedad del Estado: Conacine, Conacite I y Conacite II; la reconstitución en 1972 de la Academia Mexicana de Artes y Ciencias Cinematográficas y la entrega de un reconocimiento al cine nacional a travès de un premio, el "Ariel"; la reinauguración de la Cineteca Nacional, en 1972, y la apertura de la segunda escuela de cine en 1975, el Centro de Capacitación Cinematográfica (CCC).

[22].- Durante la administración de Luis Echeverría Alvarez la convulsión social culminó en una crisis política y económica derivada de las medidas fluctuarias que modificaron la paridad de la moneda nacional, así como de movimientos sociales del gremio estudiantil y obrero, que vinieron a desatar el ya conocido capítulo de la matanza de Tlaltelolco en 1968. Para mayores referencias sobre este capítulo consultar: Aguayo Quezada 1998; 2001, 132-138; Poniatowska, Elena (1971) y Scherer García y Monsiváis 1999. Así mismo, sobre este violento hecho se han realizado las siguientes películas: *Dos de octubre, aquí México* (1969) de Oscar Menéndez y *El grito* (1969-70) de Leobardo López Arretche, *El cambio* (1971) de Alfredo Joskowics, *Canoa* (1975) de Felipe Cazals y *Rojo Amanecer* (1989) de Jorge Fons.

de nuestra cinematografía, la realidad social de la clase media se vio retratada en la pantalla grande.

Tras la recuperación de una audiencia, y el empuje de esta generación de cineastas el cine mexicano encontró también una serie de acciones coyunturales que vinieron a favorecer su futuro. Como por ejemplo, se volvieron a explotar los viejos géneros: melodramas sociales y familiares, cine arrabalero y comedias urbanas. Entre los cineastas que lograron recuperar estos terrenos se pueden citar, además de los directores ya mencionados, los de la "nueva generación", quienes en su mayoría eran egresados universitarios de las dos escuelas de cine más importantes que hay en México – el Centro de Estudios Cinematográficos (CUEC) y el Centro de Capacitación Cinematográfica (CCC).[23]

Buena parte de la producción de esta generación logró en su momento, una buena acogida por parte de su audiencia, debido sobre todo al tratamiento de los temas centrales de sus historias: los conflictos de la pareja, problemas sociales actuales como el SIDA, el rol actual de la mujer como sujeto social activo.

La reactivación de géneros cinematográficos contribuyó a una buena recepción de este cine, sobre todo uno de los más socorridos, el melodrama familiar y social, llevado a su máxima expresión de realismo mágico por Alfonso Arau en *Como agua para chocolate* (1991), y el melodrama arrabalero de María Novaro, *Danzón* (1991), dos películas que

[23].-Tal es el caso de: Alberto Cortés (*El amor a la vuelta de la esquina*, 1986), Diego López Rivera (*Crónica de familia*, 1986), Alfonso Cuarón (*Sólo con tu pareja*,1986), María Novaro con su *Opera Prima* (*Lola,*1989), Eugenia "Busi" Cortés, (*El secreto de Romelia,* 1988), Dana Rotberg (*Intimidad* ,1990).

marcaron el despunte de una etapa del cine mexicano a principios de la década de los noventa, y la atención de un público mayoritario.[24]

Superada la crisis extrema de los años 1994 a 1998, los motores del aparato de *marketing* y ahora el ingenio de Antonio Serrano[25], sacaron de la crisis al cine nacional con la comedia urbana *Sexo, pudor y lágrimas* (1998), misma que recaudó 115 millones de pesos y cinco millones de asistentes.[26]

Frente a esta reinvención de políticas de producción, distribución y exhibición, se presentó un panorama alentador que sacó por un corto tiempo de la crisis al cine mexicano, y se logró edificar una identidad cultural del cine nacional: naturaleza híbrida – conjunción de industria, recursos tecnológicos y elementos narrativos y audiovisuales - que hacen posible que un producto cultural alcance sus óptimos resultados.

Así mismo, surgió otro fenómeno muy interesante; la reconstrucción de un nuevo rostro de la juventud mexicana; una mezcla de jóvenes "fresas", desinhibidos, de mentalidad abierta, que lleva consigo la transposición peculiar de algunos aspectos propios

---

[24].- En México *Como agua para chocolate* se mantuvo en cartelera por cuatro meses consecutivos, un fenómeno absolutamente nuevo para el cine nacional de entonces; fue la película extranjera de mayor éxito en Estados Unidos de América, 86 semanas de exhibición, tanto en Nueva York como en Los Angeles; fue la película mexicana con mayores reconocimientos nacionales -12 Arieles - e internacionales, premios Goya en España, nominada a los Oscares, y exhibida en casi todos los festivales de cine más importantes. En Los Ängeles la película recuperó 13 millones de dólares y en Nueva York 20 millones. MIRAMAX la distribuidora extranjera montó una de las campañas publicitarias más exitosas y costosas. En la ciudad de Nueva York se llegaron incluso a organizar sesiones culinarias especiales en restaurants de Manhattan.

[25].- Antonio Serrano antes de iniciarse en el cine había sido el director de dos de las más populares y exitosas telenovelas producidas en México por TV Azteca y Producciones Argos: "Nada Personal" (1996) y "Mirada de mujer" (1997).

[26].- Cfr. en: *Mural*, 15 de octubre de 1999. Estas estadísticas y reconocimiento colocaron a *Sexo, pudor y lágrimas* como la película más taquillera de la década de los noventa, y sin lugar a dudas, como el modelo a seguir de las futuras comedias urbanas, tales como: *Todo el poder*, y *En el aire* (2000) de Juan Carlos de Llaca. La fórmula de la *Opera prima* de Serrano fue tomar como base el género de la comedia urbana, vertida en una historia llena de infidelidades, deseos, separaciones y reconciliaciones entre dos matrimonios de clase media alta, e incluir rostros de actores de la televisión como Susana Zabaleta y Jorge Salinas, y otros populares en el medio fílmico como Demían Bichir.

de las luchas y los sentimientos de los sectores populares al campo del sector medio / alto, y viceversa. Es decir, que las propuestas fílmicas actuales se están convirtiendo en una de las mediaciones más importantes de la cultura juvenil, pero que el mismo tiempo están provocando una nueva negociación de sentido para con sus propios valores sociales. Como ejemplo de esto se pueden citar los siguientes títulos: *Por la libre* (2000) de Juan Carlos de Llaca, *La primera noche* (1998) y *La segunda noche* (2000) ambas de Alejandro Gamboa, *Piedras verdes* (2000) de Angel Flores Torres, *Inspiración* (2001) de Angel Mario, ¡*Y tú mamá también!, Amor te duele* (2002) de Fernando Sariñana, *El sueño del caimán* (2001) de Beto Gómez y *Sin ton ni sonia* (2003) de Carlos Sama. La mayoría de estos títulos lo que están haciendo es contribuir a la consolidación de un discurso dominante sobre la juventud, al representar mundos juveniles bastante herméticos habitados por jóvenes en momentos de transición e incertidumbre acerca de su sexualidad.

Este *boom* de películas dirigidas a los jóvenes, con temas de jóvenes, y con buenos resultados en taquilla, lo que nos está confirmando es que son ellos los consumidores mayores del cine nacional y que, de alguna manera, este fenómeno está a su vez imponiendo una fórmula genérica y temática a los realizadores (as).

En este sentido, creo que lo que están aprovechando los (as) realizadores (as) son las fórmulas genéricas, porque éstas son referentes conocidos, al menos por estas audiencias cautivas, para que sus fantasías reprimidas algunas veces por las normas sociales y culturales puedan ser expresadas en el celuloide, y así se logren materializar en realidades más cercanas. Franceso Casseti sostenía que: *cada sociedad tiene los géneros que se merece, pues son los que mejor reflejan las obsesiones y los deseos, las agresiones y los posibles puntos de equilibrio* (Casseti:1995:90).

ESTRUCTURA DE CAPÍTULOS

La estructura de este trabajo guarda una lógica con las apuestas de mi investigación y las principales preocupaciones que estuvieron presentes a lo largo del proceso: realizar un estudio empírico de prácticas de recepción y resignificación frente a dos propuestas fílmicas; elaborar un análisis crítico y teórico de las convenciones culturales que estructuran la construcción de significado por parte de los segmentos de audiencia en Guadalajara; desarrollar una discusión teórico metodológica de cómo los miembros de la audiencia "enfrentan" y "resignifican" las nuevas propuestas sociales y morales del cine mexicano contemporáneo, a partir de un diseño metodológico múltiple; abrir una veta de investigación para construir un posible modelo teórico metodológico para entender la memoria visual como extensión de la memoria cultural.

En el primer apartado, *La audiencia; un observatorio socio cultural* expongo la importancia de la construcción de la audiencia en el marco de una investigación interidisciplinaria y de corte empírico, y en un contexto donde el cine está íntimamente relacionado con el resto de los medios. Reflexiono sobre los problemas de carácter metodológico que enfrenté para poder estructurar un modelo de análisis en dónde propuesta de sentido y producción de sentido están mediados por unas serie de conceptos y variables que determinarían: la problematización de este proceso de interacción – recepción, los métodos y técnicas de investigación a seguir, y las preguntas rectoras que definirían los supuestos teóricos y los indicadores de análisis para poder llegar a la interpretación final.

Al incidir en el problema, cómo es que los referentes mediáticos construyen a su audiencia y cómo ésta los reconstruye a su vez, retomó la categoría analítica de audiencia para explicar cómo ésta ha tenido una importante intervención en la definición de nuevos modelos fílmicos. Finalmente hago un recuento sobre los diferentes enfoques, métodos y

corrientes que se han elaborado sobre los estudios de recepción, desde principios del siglo XX hasta nuestros días.

En el capítulo: *La recepción y la construcción de las audiencias en el marco de los estudios de cine y cultura* me remito a enunciar aquellas teorías cinematográficas que han derivado de explicaciones historiográficas, teóricas y críticas, para entender cómo se han ido renovando las discusiones a propósito de lo que es el cine y, cómo podemos llegar a conocerlo en sus diferentes dimensiones de arte, industria y espectáculo. En seguida, doy cuenta de cómo los estudios de recepción en el campo de la comunicación y la cultura cobraron impulso durante la década de los ochenta y dieron paso a un cambio sustantivo en su mismo enfoque. Es decir, cómo fue posible que se pasara del análisis del contenido de los mensajes y el estudio de los efectos que estos ejercían en los receptores, a explorar los modos en que las audiencias le dan sentido a los referentes mediáticos (un programa de televisión / una película). Dicha transformación de enfoque sustentó la corriente "crítica de las audiencias". Esta reconceptualización surgió al interior de los trabajos de una comunidad académica de investigadores que se han cuestionado lo que pasa con aquellos sujetos que interactúan con los medios **(**David Morley, Klaus Brhun Jensen, Guillermo Orozco, Jesús Martín Barbero), básicamente en el campo de los estudios de recepción de la televisión.

Una manera de aproximarme a estos estudios fue identificar a los segmentos de audiencia, y entonces diseñé una propuesta metodológica particular, aquella que me permitió examinar la dinámica de la acción de los miembros de la audiencia y el consumo social y culturalmente construidos. Este fue el antecedente que expresa el carácter cualitativo de mi investigación en el siguiente sentido: encontrar un método de explicación

a la crisis de la falta de "paradigmas" para fundamentar los nuevos fenómenos socio culturales que las actuales sociedades globalizadas estamos viviendo.

En el capítulo – *Modelo y estrategias metodológicas* – retomo ante todo el modelo de análisis de mi proyecto y sus tres derivaciones analíticas (identificación del proceso de recepción y el perfil de los segmentos de audiencia; usos sociales y gratificación que proporcionan las propuestas de sentido y proceso de identificación, negociación y resistencia) para hacer primero el diseño de la muestra de la audiencia, luego la construcción del perfil socio demográfico de la misma, y en seguida la ruta de trabajo de campo. Esta última se fue construyendo según se iba avanzando en la aplicación de los artificios metodológicos aplicados –encuestas orales y escritas, entrevistas semiestructuradas y grupos de discusión-. Una vez que delimité los alcances y posibilidades de estas técnicas, procedí a dar cuenta de cómo y por qué se fueron instrumentando las herramientas de trabajo. La decisión de optar, por una u otra de las múltiples técnicas en los métodos cualitativos, conllevó un costo, y muchas veces tuve que dar marcha atrás en el proceso de esta investigación. En este sentido considero muy enriquecedora mi experiencia de utilizar las técnicas como herramientas sensibilizadoras y no como modelos acabados.

En el capítulo siguiente – *La cineaudiencia en el marco de los nuevos escenarios massmediáticos*- puntualizó la pertinencia de regionalizar, no un espacio geográfico o una localidad, sino un ámbito cultural específico**.** Ello con el fin de reconocer las interrelaciones de un cierto espacio respecto a un estrato social y su interdependencia cultural, así como la manera en que ésta influye en la construcción de sentido con un referente mediático (películas mexicanas seleccionadas). Algunas de las perspectivas teóricas de la antropología urbana y de los estudios culturales que se han aproximado al estudio de las

industrias culturales (Amalia Signorelli (1999), Bernrad Cohn (1987), Manuel Martín Serrano (1986), Ulf Hannerz (1992), Marc Augé (1993), Jesús Martín Barbero (1994), Manuel Castells (1999) y Gilberto Gímenez (1996)) sustentan el corte regional de mi trabajo.

Para ejemplificar la incidencia de la cultura como elemento clave para entender estas movilidades, analizo los datos empíricos recogidos en las entrevistas, usando como contexto los nuevos escenarios massmediáticos donde opera el proceso de recepción entre los sujetos y un referente mediático. Los testimonios de los informantes revelaron mucho de los nuevos hábitos de consumo audiovisual y los usos sociales que actualmente se están haciendo de los medios, del cine en general, y la manera en que éste incide en la vida cotidiana y social de las audiencia.

Este capítulo explica entonces la interacción que se tiene con los medios audiovisuales y muy en particular con el cine, y cómo actualmente éstos son los escenarios de análisis desde los cuales se pueden reconocer los patrones de comportamiento, la diversidad de prácticas culturales, los estilos de vivir, los modos de narrar, y por tanto los modos de mirar e interpretar las propuestas de sentido.

Dado que los referentes mediáticos fueron las películas mexicanas *Amores perros* e *¡Y tú mamá tambié!*, en el siguiente capítulo *Dos casos inéditos en Guadalajara*, hago una relación directa con los relatos de ambas y lo que en términos fílmicos significaron estas propuestas de sentido. Así mismo, voy creando una narrativa conjunta entre las apreciaciones de la crítica y prensa local y nacional y lo que los propios ralizadores se plantearon como premisas de sus obras fílmicas. De esta manera, se facilita la comprensión de las interpretaciones, resistencias y negociaciones de sentido que los sujetos – audiencia hacen a partir del proceso de recepción.

En el capítulo – *La memoria del cine como extensión de la memoria cultural* - trabajo directamente con el material empírico que derivó de las entrevistas y los "grupos de discusión". A través de éste encontré indicadores de análisis que me ayudaron a explicar cómo se construye la memoria cinematográfica a través de las emociones, sentimientos y relatos relacionados con el imaginario colectivo, y lo que la experiencia de ir al cine y las imágenes fílmicas han dejado en los segmentos de audiencias.

La manera en que los recuerdos, evocaciones de películas, salas de cine y escenarios culturales, permanecen en la memoria de los segmentos de audiencia, remiten a un pasado lejano, a la vez que a un presente inmediato social y cultural, que contribuye de manera relevante a la construcción y reconstrucción de una memoria histórica del cine en particular, y a una memoria personal y social en general. Sobresalieron también dos temas, por demás interesantes; por un lado la educación sentimental diferenciada que el cine mexicano ha dejado en el colectivo imaginario de la sociedad, dependiendo de su extracción social y generacional, y por otro el status icónico que esta galería de imágenes fílmicas ha recuperado con el tiempo.

A manera de colofón, en el último apartado hago referencia a algunos de los indicadores de análisis, derivados del material empírico, que revelan cómo funcionan los "resortes narrativos" de las nuevas propuestas fílmicas mexicanas en la audiencia y, cómo se reactivan las imágenes fílmicas y las historias personales de los protagonistas a partir de las convenciones de quienes las interpretan y resignifican en la pantalla grande.

Como enlace de discusión continua el capítulo– *Modos de reproducción y resignificación en los discursos de la localidad* - en el cual analizo la producción discursiva de los miembros de la audiencia que participaron en los grupos de discusión, mismos en los que la película *¡Y tú mamá también!* fue el detonante principal, en correspondencia con el

proceso de identificación /negociación de sentido. Me detengo a puntualizar asuntos propios que vienen a dar respuesta a preguntas tales como: ¿Por qué se interpreta una película con x significado? ¿A partir de qué posición identitaria? y ¿Qué parte del relato fílmico se percibe?. Y finalmente ¿Cómo negocian los segmentos de audiencia sus interpretaciones? ¿Qué pesa en ello: convenciones culturales, contextos históricos y sociales de producción de la película, o una moral personal? ¿Con qué tipo de referentes y representaciones los sujetos se identifican, o marcan la diferencia para elaborar su producción discursiva? .

Los apartados principales de este capítulo desglosan la pertinencia e importancia de reconocer en este nivel de análisis las siguientes cuestiones: los niveles de lectura y modalidades discursivas; los modelos de género; las pertenencias culturales; las posiciones identitarias y los discursos propios de una región cultural.

En el cierre del contenido temático de este trabajo abordo los temas principales que estuvieron presentes en la producción de sentido y discursiva de los sujetos –audiencia con los que trabajé; la representación de la mexicanidad y los valores familiares y sociales. Ya que considero de suma relevancia tratarlos de manera más puntual, no tanto como una base de datos o narrativas de interpretación, sino como indicadores y detonantes significativos para entender la manera en que el actual cine mexicano está presentando modelos de sociedad. Y en todo caso, poder discernir o fundamentar el potencial mediático que el cine nacional conserva sobre su audiencia.

Finalmente en las *Conclusiones* me remito a destacar cúales fueron las principales aportaciones de orden teórico y metodológico de este trabajo; las posibles líneas y preguntas de investigación que fueron derivando a lo largo de este proceso; las limitaciones y posibilidades que tuve para implementar el modelo de análisis que planteé, y la

importancia de estudiar e investigar el proceso de recepción en el cine y su audiencia, desde una perspectiva interdisciplinaria, cualitativa y desde el trabajo empírico con los sujetos – audiencia. Así mismo, destaco cuáles fueron los principales observables e indicadores de análisis que conformaron la cinevidencia antes, durante y después del proceso de recepción, puntualizando la relevancia de inscribir cada situación de recepción en relación a audiencias y contextos socio históricos culturales específicos.

Aludo también a la relevancia de trabajar la producción de sentido a partir de una experiencia filmica, ya que ello derivó en una propuesta teórica y temática para estudiar la construcción del gusto y la cinefilia. El hecho de haber corroborado qué las referencias familiares, las prácticas de una época, así como las convenciones culturales trasmitidas a través de ámbitos, familiares, escolares y sociales, son las que predominan en la construcción de una memoria del cine, signficó abrir una nueva veta de estudio, que a decir verdad, ha encontrado muy poco eco en el marco de los estudios de cine. Y que al día de hoy, que los escenarios massmediáticos están imponiendo y remodificando las formas y códigos de las nuevas gramàticas audiovoisuales, así como las maneras de ver e ineterpretar el mundo, resulta plausible comenzar a trazar nuevos caminos de investigación en este campo específico.

En otro renglón de las discusiones medulares de este trabajo, y a propósito de los valores sociales que está aportando el cine nacional a sus audiencias, destaco el valor que tiene trabajar con el material discursivo que derivó del trabajo con los diferentes miembros de la audiencia a fin de demostrar, que no obstante los derroteros de la incipiente industria fílmica nacional, y la apabullante dominación que tiene el cine *hollywoodense*, el cine mexicano sigue teniendo una incidencia en la construcción de identidades individuales y colectivas. Y que a la fecha, los temas de la mexicanidad y los valores familiares siguen

siendo motivo de discusión y diferenciación social y cultural entre la población en Guadalajara.

Los anexos que complementan esta investigación son los siguientes: gráficos de la muestra de la audiencia: guiones de las encuestas orales y la entrevista; registro de los "grupos de discusión" por categorías referenciales; registro del comportamiento de la oferta del cine mexicano en las salas de cine en Guadalajara, a partir de 1999 y hasta 2004; registro de las películas mexicanas más vistas en Guadalajara, así como aquellas que apenas lograron permanecer el mínimo de tiempo – una semana – en cartelera (1999 –2004); cartografía de la ubicación de los complejos de cine de la ciudad de Guadalajara, fechas de apertura y cierre de las salas de cine en Guadalajara (1896 –2000) y fichas filmográficas de los dos casos de estudio.

1 .- LA AUDIENCIA; UN OBSERVATORIO SOCIO CULTURAL

Ante al carácter exploratorio y reciente del tema de mi investigación, y la falta de modelos o cuerpos teóricos y metodológicos que me brindaran propuestas viables para estructurar mi investigación, opté desde el arranque por retomar la propuesta de Charles Wright Millls (1985) sobre la "imaginación sociológica", en el sentido de adoptar un criterio amplio y creativo, que me permitiera enfocar mi objeto y sujeto de estudio por distintas visiones teóricas y un cuerpo metodológico diverso.

Wright Mills busca regresar a la "artesanía" del "analista clásico social", es decir, vincular la teoría y el empirismo, a fin de que no solamente se manipulen conceptos o datos, sino que ambos vía la "imaginación sociológica" ayuden a entender la complejidad de los problemas sociales. Señala con mayúsculas, la relevancia de los usos culturales de la imaginación sociológica y el sentido político de los estudios sobre el hombre y la sociedad. Ello nos obliga a trazarnos directrices personales de análisis que avancen, o abran nuevas vetas de estudio sobre temas afines, y a pensar en función de reconocer y estudiar lo que parece inabordable.

¿Qué relación tuvo este asunto con mi propia experiencia y la manera en como enfrenté el problema de mi investigación? En principio estarían mis propias búsquedas personales como investigadora, muy ligadas a los estudios de cine y a la comunicación, pero que a su vez, y justamente por los vínculos que he venido realizando en los campos de la antropología y la cultura, me han hecho moverme de lugar y dirigir mis enfoques a otros escenarios. Es decir, que ahora me ubico en dirección de las audiencias, de los sujetos sociales, dejando en segundo plano al relato fílmico. Y ello no significó ignorar el poder

que tiene un película como un producto cultural, y un fenómeno social de gran envergadura.

Teóricamente hablando, estaba claro que el camino de la conjunción de disciplinas sería el más adecuado; retomar de la antropología cultural las perspectivas correspondientes para ubicar mi región en un espacio cultural, y un tiempo actual en el marco de una serie de contextos que están presentes en el actual proceso de recepción. Es decir, reconocer que mi objeto de estudio estaba inscrito en un ámbito cultural, y que más allá de abordar una situación de dominio, influencia, efecto inmediato (recepción) del cine sobre sus audiencias, mi lógica de comprensión debía encaminarse hacia un marco de investigación que contemplara observables, variables y categorías frente a las nuevas actuaciones sociales, que a su vez tienen una correspondencia con el devenir globalizado y massmediático actual. Desde la comunicación, retomé los postulados teóricos de la "corriente crítica de las audiencias" en la televisión para construir mis segmentos de audiencia y sus atributos específicos, así como para analizar el lugar que ocupa el cine como industria cultural en un contexto massmediático.

Me apoyé también en las teorías de la mediación, entendida ésta como*: el estudio de la producción, transmisión y utilización de la cultura, a partir del análisis de los modelos culturales y sus funciones* (Serrano:1985: 74), para establecer un modelo de análisis de la producción cultural (industria fílmica, realizador y película), como entidades mediadoras entre los creadores de las propuestas de sentido (realizadores) que ofrecen a sus audiencias un producto comunicativo, es decir un relato vía el soporte fílmico, y sus consumidores.

Serrano habla también de dos tipos de mediaciones: la cognitiva que opera sobre los relatos, ofreciendo a las audiencias modelos de representación del mundo (mitos) y la estructural que viene siendo la que produce los modelos de producción de la comunicación,

los rituales (el acto de ir a una sala de cine y las nuevas formas de consumo cultural que se han generado a partir de la presencia de las salas de cine en los nuevos Centros Comerciales). Estas dos mediaciones fueron sustanciales en el momento de incidir en el análisis de la producción discursiva. La mediación cognitiva me dio los elementos necesarios para entender por qué, por ejemplo, ciertas formulas genéricas, y modelos de representación narrativa, vertidas ahora en nuevas estéticas e híbridos audiovisuales, logran mediar en el imaginario colectivo de las personas. Es decir, poder explicar por qué el melodrama sigue teniendo un fuerte impacto en las audiencias, para lograr una identificación, a la vez que una resignificación de los caracteres protagónicos (este fue el caso concreto que se dio con el personaje de "El Chivo" en la película de *Amores perros).* Las propuestas de sentido vertidas en un relato fílmico, se convierten entonces en un elemento clave del proceso de recepción que mediatiza la comunicación de lo real con lo imaginario.

Las aportaciones de los estudios del cine y audiencias desde una perspectiva empírica, metodológicamente hablando, me fueron de gran ayuda, sobre todo aquellos en los que se desprendió una ruta teórico - metodológica asequible a mi trabajo. Un caso particular es el que advierte Jackie Stacey para analizar el material empírico, y plantea lo siguiente: " relacionar el texto producido por el espectador desde los estudios de cine y al espectador como texto desde los estudios de la cultura" (Stacey:1998:73). Es decir, entender a los miembros de la audiencia como parte de las representaciones fílmicas y a los textos derivados de la lectura de los sujetos como discursos producidos dentro de ciertas convenciones culturales. De tal manera, que lo que haya significado para la audiencia, el relato fílmico o el rol de cada uno de los personajes, es en sí una narrativa propia dentro de

un marco de convenciones sociales, pero que a la vez se construye de manera diferentes según sea el contexto.

Cada una de estas disciplinas y orientaciones me fueron de gran ayuda para ir haciendo los ajustes teóricos y metodológicos, sin embargo, una vez que empecé el trabajo de campo y logré tener una primera imagen de mi sujeto y objeto de estudio, fueron surgiendo nuevas realidades y preguntas, mismas que tuve que enfrentar a partir de la reconfiguración de mis observables y conceptos. Sobre ello, Paul Lazarsfeld (1993) señala cuatro pasos importantes en este proceso que ayudan a definir cómo, uno o varios conceptos, al momento de problematizarlos y vincularlos a nuestros propios escenarios de estudio, se convierten en variables cuando se les ubica en las dimensiones propias que exija cada estudio: la imaginería de un concepto; la especificación de las dimensiones; la selección de observables e indicadores y la combinación de indicadores en índices.

¿Qué hace la diferencia entre observables y categoría de análisis y su dimensión en relación a nuestro propio problema de investigación? Al descomponer al cine en sus cuatro dimensiones: como una institución en el marco de las Industrias Culturales; como un referente mediático (el dónde y cómo se da el proceso de recepción); como una tecnología y su relación con el resto de los medios y en su dimensión lingüística, me surgieron serios problemas para saber cuáles iban a ser mis observables principales al momento de vincular la teoría o las teorías con los datos empíricos. Esta encrucijada la resolví optando por plantearme tres niveles de análisis, y derivar de cada método aplicado observables específicas que estuvieran ligadas con mis preguntas y el propio diseño metodológico. El resultado fue ir deduciendo indicadores de análisis en unidades temáticas, y que estuvieran marcando las diferencias en la producción discursiva de los sujetos, a su vez que las ausencias o los silencios con respecto a ciertas temáticas en cuestión. E ir recordando y

reconstruyendo el material empírico en función del esquema bajo el cual se concibió cada uno de los artificios metodológicos que manejé (encuestas orales y escritas, entrevistas a profundidad y grupos de discusión).

Mis principales objetivos se centraron entonces en lo siguiente:

1.- Investigar los procesos de identificación, negociación y significación que se dan entre un referente fílmico determinado y sus segmentos de audiencia en Guadalajara.

2.- Reconocer y analizar la producción discursiva que elaboran los miembros de la audiencia, a partir de la videncia e interpretación que están haciendo de la producción fílmica actual mexicana.

3.- Analizar el significado y construcción de sentido de una determinada propuesta de sentido, en convergencia con las mediaciones culturales que imperan en el contexto social de los segmentos de audiencia.

4.- Investigar las nuevas maneras de narrar y ver que están configurando la interrelación sujeto - referente fílmico en el marco de los nuevos escenarios massmediáticos.

5.- Investigar si las propuestas temáticas actuales del cine mexicano están significando un modelo de cambio social, o solamente se están reactivando modelos de antaño.

1.1.- LA INTERVENCIÓN DE LA AUDIENCIA EN LAS PROPUESTAS CINEMATOGRÀCICAS

Actualmente la audiencia está entrando en un nuevo proceso de interacción de usos y prácticas ligados a un contexto massmediático Los usos vendrían a ser una amplia gama de relaciones sociales, familiares e individuales que los segmentos de audiencia establecen con los medios de comunicación, y las prácticas serán las formas de acción social que contextualizan los significados (Jensen:1997). En este sentido los miembros de la

audiencia se convierten en intérpretes de significados, sujetos - videntes que descifran un grupo de imágenes y de sonidos, y que recuperan el sentido de la representación. Es decir, que quien se sienta en la sala de cine a ver una película, vive dentro de ésta, y siempre buscará la manera de reflejarse en este o aquel motivo o personaje, porque las imágenes fílmicas llegan a la parte más privada y la más escondida; lo emocional, lo onírico. Pero entonces ¿cómo es que la película construye a sus audiencias, y cómo éstas construyen o reconstruyen a la misma?. La apuesta aquí es pensar que este proceso se da vía una interpretación individual, en donde cada propuesta fílmica desarrollará en la mente de las audiencias un sentido muy particular. En suma es el sujeto social quien produce el sentido de las películas y no éstas las que producen por sí solas el sentido.

Ello significará estudiar el cine nacional como un producto cultural, para explicar por qué las imágenes y las representaciones que sobre la sociedad mexicana actual se están haciendo, se pueden convertir en constructos sociales e ideológicos relacionados con el mundo y la sociedad que están representando.

Por tanto, es importante abordar la relación diferenciada frente a las películas según el origen social de la audiencia, así como también la manera en que las imágenes del celuloide se construyen a partir de una serie de experiencias históricas, y cómo éstas imponen modelos de identidad, o de género. De tal suerte, que en el marco de este reencuentro, no se puede separar el análisis de una película de las prácticas sociales y culturales que están conformando a los nuevos segmentos de audiencia.

Así pues es necesario plantearse varias preguntas, unas de orden estrictamente temático, es decir, aquellas relacionadas con la manera en que los miembros de la audiencia descifran un repertorio de imágenes y sonidos y reconstruyen un sentido propio: el cómo una película construye a su audiencia, y cómo ésta construye y reconstruye la película.

En este sentido me hago las siguientes preguntas: ¿Cuáles son las unidades básicas de análisis del proceso de recepción – interacción del cine? ¿Cuáles son las comunidades de interpretación y de pertenencia desde donde los segmentos de audiencia articulan sus significados y producción de sentido con respecto a las imágenes fílmicas? ¿Cómo perciben los segmentos de audiencia los relatos fílmicos, a través de una relación directa con su realidad o poniendo distancia subjetiva? ¿Qué mediaciones culturales intervienen en el proceso de construcción y negociación de un nuevo sentido? ¿A partir de qué posiciones identitarias la audiencia atribuye significados a lo que ve ?

En el orden teórico plantearía las siguientes preguntas: ¿Cuál es la fase principal del proceso de recepción en el que se da la interacción entre película y audiencia? ¿Es acaso el momento mismo en el que se está viendo la película, después de verla, en la vida cotidiana o social de la audiencia? ¿Cómo reconocer si a través de las películas seleccionadas para el estudio se están filtrando nuevos valores sociales, morales, culturales, y si éstos les son familiares a sus audiencias? ¿O las nuevas propuestas no tienen nada que ver con su realidad?

De aquí derivan preguntas ligadas estrictamente con las propuestas de sentido que ofrece el cine, tales como: ¿El cine mexicano contemporáneo tiene un lugar de predominio e influencia en la sociedad tapatía? ¿A través de que temáticas y relatos el nuevo cine mexicano está reflejando una nueva sociedad mexicana?

A partir de estas preocupaciones proyecté un modelo de estudio que me permitiera explicar este proceso de recepción y resignificación en tres niveles de análisis: un primer nivel que dé cuenta de ¿Cómo se da el proceso de recepción en el contexto de apropiación en una situación inmediata e ideal?; un segundo nivel estaría relacionado con los usos y gratificaciones que el referente mediático le está proporcionando a su audiencia: y un tercer

nivel estaría vinculado al proceso de identificación, resignificación y negociación de sentido entre el referente y la audiencia.

La respuesta a estas preguntas temáticas y teóricas implican problematizar esta situación a partir de la reubicación del "nuevo proyecto" del cine nacional, tanto como un fenómeno social y cultural que está, por un lado recuperando a una audiencia mayoritaria y reconfigurando narrativas y géneros, y por otro lado, cómo ha venido decayendo la industria fílmica nacional en el marco de las grandes industrias culturales que hoy en día conforman un contexto massmediático.[22] En suma entender cómo se ha venido reconstruyendo un nuevo proyecto de nación, mismo que se ha venido consolidando a partir de: una política internacional que rige hoy en día al cine nacional, y las actuales políticas estatales que han venido a desatar una severa crisis de índole productiva y de identidad nacional.

La sociedad mexicana se ha transformado profundamente a partir del desarrollo de las políticas neoliberales y de la integración económica con los Estados Unidos. En el terreno de la cultura, se han desplegado al mismo tiempo una gran variedad de iniciativas y agentes sociales, pero el sello distintivo ha sido el retiro del Estado de algunas áreas de la actividad cultural. El conjunto de transformaciones políticas y culturales ha tenido como telón de fondo el creciente desarrollo de la globalización.

La globalización se ha expresado en una variedad de acuerdos comerciales que no tienen a la cultura como objetivo prioritario, pero que la afectan en algunas áreas, como la industria cultural, la propiedad intelectual y el servicio educativo.

---

[22].- En su más reciente reporte (mayo 2004) de la Consulta de Consumo Cultural y de Medios, misma que el diario *Reforma* ha venido haciendo desde 1999, reporta que, al menos en la ciudad de México**,** el 47% de los entrevistados dijo preferir las producciones nacionales e, incluso, el 64% tuvo una opinión favorable sobre ellas. Esta apreciación, que empezó a evidenciarse hace dos o tres años, contrasta con ediciones anteriores de la encuesta, cuando la opinión de los encuestados era francamente adversa frente a la *hollywoodense*.

La crisis de las políticas culturales en México se expresa en la contradicción de dos tendencias: la democratización de la política cultural, de acuerdo a formas de descentralización y la participación ciudadana, injerencia silenciosa de factores externos apoyados en el proceso de globalización. Un ejemplo de esta tensión puede ser comprendido en las políticas culturales a partir de la firma del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) y las reformas a la Ley Federal de Cinematografía.[23]

Si bien se esperaban resultados y consecuencias inmediatas del TLCAN, con respecto a algunos sectores económicos de los tres países involucrados en el mismo, otros procesos que se han desencadenado serían simplemente consecuencia de las tendencias previas. En el caso de las industrias culturales, Canadá acertadamente se negó a incluirlas en las negociaciones del Tratado, como ya había ocurrido antes con el acuerdo bilateral que tuvo con Estados Unidos. Aunque México directamente no las incluyó, pues éstas quedaron en general fuera del mismo de manera explícita, hubo aspectos como los referidos a derechos de autor o sobre telecomunicaciones, que tenían alguna relevancia con respecto al sector audiovisual -cine, televisión y video-. Entonces, mucho de lo que ha sucedido en este sector se ha debido, más que al TLCAN de manera directa, a la aceleración y reforzamiento de tendencias y de políticas económicas que ya venían ocurriendo desde antes, de las cuales el propio TLCAN es una de las muchas consecuencias.

De entre las modificaciones importantes que se hicieron durante estos años, correspondientes a la gestión de Carlos Salinas de Gortari (1988 – 1994), al interior de las

[23].- En enero de 1994 entró en vigor el TLCAN, mismo que vincula a México, Canadá y Estados Unidos en un bloque comercial que tiene alrededor de 384 millones de habitantes, quienes viven en una superficie de 21 millones 298 mil metros cuadrados y cuyo Producto Interno Bruto conjunto constituye el 28 por ciento del total mundial, ligeramente menor que el total de los 15 países miembros de la Unión Europea (Sánchez Ruiz: 2003).

instancias fílmicas se pueden citar las siguientes: el cambio de dirección en IMCINE, misma que quedó a cargo de Ignacio Durán Loera - promotor clave de los primeros Concursos de Cine Experimental que se dieron en la década de los sesenta - y la presión que éste hizo para que IMCINE pasara a formar parte del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes. Sin embargo, ello no modificó la estructura de fondo de una "industria fílmica" patrocinada por el Estado, lo cual sigue siendo un mero pretexto para justificar la ya tan viciada intervención estatal en la cultura y los medios de comunicación.

Con el advenimiento del Plan Nacional de Desarrollo (1995-2000) y el Programa Sectorial de Cultura que fomentó el entonces presidente Ernesto Zedillo, era indudable que el Estado había reconocido la importancia primordial de la industria cinematográfica en lo relativo a la cultura en medios audiovisuales, pues el programa mencionado contemplaba dos premisas básicas para fortalecer su presencia: el acercamiento a las artes para inducir a su conocimiento -y como consecuencia a su apreciación-, y la difusión de todas aquellas expresiones de calidad que manifiestan nuestra identidad nacional y la capacidad creativa de los mexicanos.

Finalmente, no fue sino hasta el 29 de marzo de 2001 que en el Diario Oficial de la Federación, bajo el mandato del actual presidente de la República Mexicana, Vicente Fox, se firmó el Reglamento de la Ley Federal de Cinematografía con lo que se alcanzó un ordenamiento que rige la promoción de la producción, distribución, comercialización y exhibición de películas, quedando, de esta forma, establecido el tiempo en pantalla que las salas cinematográficas deben de reservar para la exhibición del cine nacional, esto en su Artículo 44 que a la letra dice: *Los exhibidores reservarán el diez por ciento del tiempo total de la exhibición a la proyección de películas nacionales, sin menoscabo de los tratados internacionales de los cuales México forma parte.*

No obstante, la ceguera política del gobierno de Vicente Fox con respecto a los asuntos culturales, ha entorpecido el ya azaroso camino que privaba al interior de la industria fílmica nacional. De tal suerte que, para finales del 2003, y con el pretexto de allegarse fondos para el presupuesto de ese año, pusó en venta las Instancias más importantes (IMCINE, Estudios Churubusco y el Centro de Capacitación Cinematográfica). De manera desdeñosa, se declaró a la industria fílmica como improductiva y sin posibilidades de regeneración o saneamiento.[24]

Ante esta amenaza la comunidad cinematográfica se movilizó para ejercer presión sobre los legisladores que debían aprobar el Proyecto de Presupuesto de Egresos de 2004 y las desincorporaciones previstas y difundió cartas y desplegados de protesta en la radio, prensa y televisión. En una de las tantas notas de prensa que se publicaron en los diarios nacionales y locales durante la primera semana de noviembre del 2003, cabe destacar algunas posturas de funcionarios de la comunidad cinematográfica que sancionaron dichas medidas gubernamentales: *En su calidad de cineasta y jefe de la comisión de fiscalización del Sindicato de Trabajadores de la Producción Cinematográfica, Victor Ugalde señala que dicha medida es un golpe por parte del Secretario de Hacienda Francisco Gil Díaz a los acuerdos que en mayo pasado concretó el Secretario de Gobernación, Santiago Creel, con la misma Secretaria de Hacienda, el IMCINE y los productores cinematográficos con el fin de reactivar la producción de películas..... Tenemos que acudir a la Cámara de Diputados para hablar con las comisiones de cultura, de radio, televisión y cinematografía y con la comisión de presupuesto para que detengan dicha iniciativa.*[25]

---

[24].- Cfr. *La Jornada,* 10 de noviembre del 2003.
[25] .- Cfr. *Reforma, "*Es un atentado a la cultura", 7 de noviembre del 2003.
Para mayor seguimiento de este asunto consultar los diarios locales y nacionales de la semana del 5 al 11 de noviembre del 2003, período en el que se publicaron todas las notas correspondientes a las medidas de

Al cabo de varios días voces sociales y políticas se dejaron escuchar en el mismo seno del Congreso de la Unión, y finalmente la medida no procedió. Sin embargo, tampoco se abrieron espacios propicios de discusión para pugnar pro nuevas reformas a la Ley Cinematográfica, ni la propuesta de medidas viables y seguras para fomentar y apoyar económicamente a las producciones nacionales.[26]

Se pugnó entonces por la recuperación de un peso en taquilla. Es decir, designar un peso por cada boleto comprado en taquilla para la contribución a la realización cinematográfica. En este punto, hay que recordar la medidas desiguales de ingreso que imperan en el aparato administrativo fílmico: los exhibidores retienen un 50 por ciento de las ganancias en taquilla, las distribuidoras un 20 ciento, la recaudación fiscal un 15 por ciento y menos del 15 ciento restante los productores de las películas.[27] De inmediato los distribuidores manifestaron su desacuerdo frente a una medida que lesionaría sus intereses e impusieron amparos no resueltos hasta abril del 2004.

Frente a este panorama, la preocupación mayor de los directores y productores - que están a cargo de la casi totalidad de las películas realizadas dada la ausencia de una verdadera industria – es la de seguir buscando recursos (créditos, subsidios, premios,

---

defensa por parte de la comunidad cinematográfica y partidos políticos. El 10 de noviembre se publicó en todos los diarios de la nación el desplegado titulado "¡N*o a la nueva embestida del cine mexicano!"*, firmado por los siguientes organismos: la Sociedad General de Escritores de México, el Sindicato de Trabajadores de la Producción Cinematográfica, las dos escuelas de cine CUEC y CCC, y la Asociación de Productores y Distribuidores de Películas Mexicanas, mismo en el que solicitaban al H. Congreso de la Unión y a la sociedad civil unirse en defensa del cine y la cultura nacional.

[26].- A pocos meses de su gobierno, la comunidad cinematográfica había enviado a Vicente Fox una propuesta de los mecanismos y políticas para la reactivación de la industria fílmica nacional, entre las cuales se señalaban como medidas urgentes la expedición del Reglamento de la Ley Federal de Cinematografía; la creación de un Fondo de Inversión y Estímulos al cine (FIDECINE), la asignación de tiempo en pantalla para las películas nacionales (Mónica Mateos, "Proponen estrategia a Vicente Fox para reactivar el cine mexicano", *La Jornada*, 10 de septiembre del 2000).

[27].- En otros países latinoamericanos como Brasil, se han innovado mediadas emergentes para solventar estas desigualdades de ingresos, como por ejemplo: promover sistemas de apoyo a nuevas producciones por las vías del incentivo fiscal. Esta carga fiscal ha generado en este país 8 millones de dólares anuales que se destinan a apoyos de cine (Bonfil, Carlos, "El asedio a la ignorancia", en la Revista *El Huevo*, Núm. 93, abril del 2004, p. 27).

mecenas, etc.) para seguir produciendo. El problema persiste, sin embargo, porque no se presta atención al hecho de que una industria, cómo lo es el cine, no funciona exclusivamente por su volumen de producciones: *sino por el nivel de inserción efectiva que ésta logre en los mercados, con su mayor o menor repercusión en lo económico y en lo sociocultural* (Getino: 1997: 72).

Lo que ha venido a solventar aparentemente esta situación, es la internacionalización que se ha ganado nuestra cinematografía, o bien, el hecho de que de dos décadas a la fecha sea más importante para los realizadores y productores conseguir premios internacionales en los festivales de renombre, para con ello garantizar al menos, el estreno comercial en las salas de cine más populares. Pero con ello no se ha solventado el verdadero problema de fondo; impugnar por una sólida política de producción y comercialización del cine nacional, y por tanto, recuperar al cine como parte de un proyecto de nación.

¿En dónde está entonces la intervención de la audiencia en este problema mayor?

La audiencia contribuye de manera directa, primero asistiendo con frecuencia a las salas de cine a ver cine mexicano, para que de esta manera las pocas películas que se exhiben en las salas de cine se sostengan, al menos dos semanas o más, como ha sido el caso de los dos últimos años (2003 y 2004)[28], comprando los productos adicionales que suelen acompañar actualmente a los bienes culturales: el DVD y el *sound track*. Y de manera indirecta, es decir, sosteniendo las fórmulas genéricas y temáticas que las nuevas propuestas fílmicas han venido desarrollando los últimos quince años, a partir de sus prácticas culturales y sociales que dan contenido a la construcción de las realidades "plasmadas y representadas" en la pantalla grande.

[28].- Consultar Anexo número V.

1.2.- CINE, RECEPCIÓN, AUDIENCIAS

1.2.1.- ORÍGENES DE LOS ESTUDIOS DE RECEPCIÓN EN CINE (1902 – 1950)

Los estudios de recepción tienen sus orígenes en el momento en que el cine dejó de ser una innovación científica para convertirse, primero, en una expresión artística (1902 –1909)[29], y luego en un medio de entretenimiento masivo (de 1910 en adelante), sobre todo por la popularidad que se ganó entre las clases trabajadoras, hombres, mujeres y niños de casi todos los grupos sociales, hubo quienes se comenzaron a preocupar sobre el impacto de las películas en las mentes y comportamiento de esos grupos.

Los primeros reclamos que se empezaron a hacer en contra del cine fueron a finales del siglo XIX y principios del XX, tanto en Estados Unidos de América como en el Reino Unido. Dichas voces tenían que ver con los patrones morales que se estaban filtrando a través de las películas, que se habían popularizado gracias al éxito que tuvo su exhibición en las salas pública. Por otro lado, también el repertorio de propuestas fílmicas fue cambiando y ampliándose, creándose y recreándose los géneros fílmicos (farsa, seriales melodramáticos y *thrillers*), lo cual provocó la preocupación de las autoridades públicas.

[29].- En los albores de principios de siglo XX y dado el impacto que tuvo el "cinematógrafo" de los hermanos Lumiére, la discusión sobre si éste era meramente una invención científica se acabó, una vez que las primeras vistas pasaron a convertirse en seriales con historias y argumentos. De tal manera, que este aparato que convocaba a cientos de personas que pagaban una x cantidad de dinero por entretenerse, dejó de ser motivo de discusión sobre si era ciencia o arte, y marcó el nacimiento de una verdadera industria.

Como consecuencia de esta expansión inusitada surgió la censura de diferentes formas en la mayoría de los países del Occidente; para 1910 el cine ya se veía como un peligro para la sociedad.

Estos son entonces los antecedentes de los que derivaron las primeras investigaciones de audiencias, especialmente entre adolescentes y niños. Quienes conducían estos estudios eran asociaciones de maestros y autoridades escolares. Estos trabajos buscaban verificar los sentimientos e intuiciones de educadores, líderes religiosos y muchos reformadores sociales de que las películas estaban fomentando el detrimento físico y moral de aquellos que iban a verlas.

En 1917 el Consejo Nacional Británico de la Moral Pública publicó un reporte que hacia referencia sobre: "el daño psíquico, social, moral y educativo que estaba provocando el cine, especialmente en los adolescentes" (Richards:1989: 68). Este reporte de 400 páginas, basado en diferentes fuentes de información, fue publicado y en él se sintetizaba que: "*el cine tenía múltiples potencialidades, unas diábolicas, pero entonces el cine podía convertirse también en una poderosa influencia del bien*" (Richards: 1989:71).

Otro estudio relevante fue el realizado por *Payne Funds Studies* coordinado por el reverendo William H. Short, director de *Motion Picture Resarch Council*. Dicho trabajo se realizó entre 1929 y 1932, y los resultados fueron publicados en 1933 en ocho libros, bajo el título *Our movie made children,* enfocados básicamente en sustentar el punto de vista de que el cine tenía serios efectos en detrimento de la sociedad. Los métodos que se utilizaron en ese estudio fueron: análisis cuantitativos de contenido, experimentos en laboratorio, mediciones a gran escala, observación participativa y colección de escritos, tales como "autobiografías de cine". El objetivo principal era determinar el perfil de las audiencias de cine, y acceder al contenido de las películas.

Me gustaría señalar una estrategia metodológica cuyos aportes son dignos de seguirse considerando para los actuales estudios de audiencia; la recolección de "autobiografías de cine" de más de 1100 universitarios y estudiantes; 58 obreros, 67 burócratas, coordinada por Herbert Blumer. Una de las técnicas fue pedirles a las personas que participaron en este estudio que "escribieran de la manera más natural y honesta sobre sus experiencias con el cine" (Blumer:1933:110).

Otra herramienta metodológica fue entrevistar a 150 estudiantes, y aplicar 1,200 cuestionarios a estudiantes de quinto y sexto grado de escuelas públicas en diferentes áreas de Chicago. A Blumer le interesaba básicamente explorar lo que pensaban y sentían las personas con respecto a la experiencia de ir al cine, qué películas estaban viendo y cómo estaban influyendo las películas en las conductas sociales de los individuos.[30] Sus principales conclusiones fueron que: *las películas podían confundir la moral de las personas de diferentes maneras: por ejemplo, presentando comportamientos inmorales como atractivos*; no obstante, si el mensaje moral central fuera impecable, otro asunto medular que señaló el sociólogo de la Universidad de Chicago fue: *que el contexto social era un factor que determinaba las reacciones de las audiencias* (Blumer: 1933: 202).

Lo que nos revelan estos estudios del *Payne Fund Studies* es que existía todavía mucha reticencia a estudiar al cine como una expresión artística. Sin embargo, hay que reconocer que hubo voluntades colectivas que no siempre derivaron sus juicios y análisis

[30].- Un ejemplo de esta situación sería la película *El jeque*, basada en la novela homónima "The Sheik", de la escritora inglesa Edith M. Hull, convertida en un best seller. La historia reafirma que el matrimonio es un cautiverio, formulada esta idea a través de los dos personajes centrales, Diana Mayo, una altiva joven voluntariosa que se enamoraría del Sheik, caracterizado por el entonces ya famoso galán, Rodolfo Valentino. Los efectos inmediatos de esta película en su público fue que las mujeres soñaban con que apareciera ese Sheik y se las llevará montadas a caballo. Por su parte, los hombres empezaron a adoptar la moda impuesta por Valentino; patilla, pelo alisado y pantalones bajos acampanados. (Adolph Zukor: 1955:221)

por la vía de la moral social. Un ejemplo de ello fue lo que resumió el sociólogo Paul G. Cressey (1938: 518):

Ir al cine es una experiencia que siempre involucra una película específica, una personalidad específica, una situación social específica y un tiempo y estado de ánimo específico. Por lo tanto, cualquier estudio de investigación que no reconozca estas fases esenciales de la experiencia de ir al cine, ofrece menos que conjeturas sobre los efectos de la red comunicativa en los actuales escenarios de la comunicación.

De tal suerte, que el origen y el lente moral con el que se empezó a estudiar al cine, lo ubicó de entrada como un problema social, y quienes vieron este fenómeno fueron miembros de instituciones educativas y organismos públicos encargados de cuidar las buenas costumbres de la sociedad.

También hubo otros enfoques más cercanos a lo que serían las futuras investigaciones culturales y con carácter empírico. Uno de los principales estudios con esta perspectiva histórico social de las audiencias fue el que realizó la socióloga alemana Emilie Altenloh como tesis doctoral en 1914. Dicho trabajo es quizás una de las contribuciones empíricas más importantes a los estudios de audiencias. Su primera parte está dedicada a la producción fílmica, incluyendo el producto mismo, la distribución y el aparato legal. La segunda mitad es sobre la audiencia, y su asistencia al cine, entendida ésta en relación a dos referentes centrales: sus otras preferencias culturales (teatro - música) así como su género, clase, profesión, e intereses políticos. Los principales materiales del trabajo de Altenloh fueron estadísticas de las salas de cine y 2,400 cuestionarios simples, mismos que fueron distribuidos vía organizaciones oficiales, sindicatos de trabajadores y escuelas de varios tipos en las ciudades de Mannheim y Heidelberg. El estudio proporcionó detalles muy específicos sobre: la composición social de la audiencia, las tipologías de audiencia, a

partir de categorías referenciales como: edad, nivel de escolaridad, género y status laboral, para luego desarrollar toda una secuela de preferencias genéricas, incluyendo sus relaciones con los otros medios y opciones culturales (Altenloh: 1914).

Por citar algunos ejemplos reveladores a propósito de las tipologías y preferencias, la autora encontró los siguientes resultados: los niños son los que más se identificaron con los dramas y las historias del cine debido a que ellos, a diferencia de los adultos, no tenían otras actividades de diversión, como el teatro o los conciertos; también comprobó que los niños que eran hijos de los trabajadores y que tenían que desempeñar algún empleo y contaban con recursos propios para pagarse una entrada al cine, asistían más que los niños, hijos de familias de estratos altos que solamente asistían cuando los padres los llevaban. Las diferencias de gustos estuvieron marcadas por el género, a los niños les gustaban los *westerns* y las películas de guerra y a las niñas las historias dramáticas. La autora también indagó que las niñas iban al cine acompañadas de sus familias, y los niños lo hacían con los amigos. Los jóvenes trabajadores de entre 12 y 15 años del estrato medio - bajo preferían los *thrillers* (relatos de robo y asesinatos) y los melodramas, y el principal motivo de asistir al cine era el factor erótico, asistían al menos una vez a la semana al cine, y al igual que con los niños, dependiendo del estrato social variaba la frecuencia de ir al cine. En cambio los jóvenes de estas edades pertenecientes a familias pudientes, procuraban muy poco las actividades fuera de sus hogares, por lo tanto casi no iban al cine, y aquellos que si lo hicieron alguna vez expresaron su preferencia por las películas de corte histórico y los melodramas (Altenloh: 2001: 262).

Lo que planteó este estudio fue que el cine funcionó como un espacio social para experiencias y formas de comunicación que estaban excluidas de otras arenas públicas. Este aporte llama la atención, porque si nos remontamos en el tiempo, las prácticas sociales y

culturales de principios de siglo XX estaban más ligadas con actividades teatrales, tertulias literarias y conciertos. Hay que recordar que el cine, como espectáculo, surgió del teatro, la literatura, las ferias, los *vaudevilles* y otros espectáculos menores, para cobrar importancia y acabar no solamente alcanzando una forma artística plena, sino un gran poder de dominio sobre los asistentes a estas actividades públicas.[31]

En el Reino Unido los tempranos años treinta trajeron una serie de problemas locales relacionados con los efectos del cine, particularmente con los jóvenes y los niños. El estadista Simon Rowson dirigió el primer estudio sistematizado relacionado con el cine. Sin embargo, los estudios más fascinantes de las audiencias británicas en los años treinta y cuarenta fueron aquellos referentes a las etnografías, principalmente basadas en las observaciones participativas. El *Mass Observation* fue la única organización que reunió el sentir de la cotidianidad de la sociedad británica, y estuvo basada en el trabajo voluntario de la gente de clase media. Las técnicas metodológicas que se utilizaron fueron: entrevistas estructuradas y observación participativa. Otros materiales se recopilaron a través de algunas revistas de cine, entre las que destacó *Picturegoer*, donde se le preguntó a los lectores sobre sus hábitos y preferencias cinematográficas (Richards and Sheridan: 1987: 1-18). Este procedimiento para el estudio de audiencias fue utilizado también por el sociólogo J.P. Mayer cuando trabajó para su libro *British Cinema and their audiences*, donde incluyó 60 de las cartas enviadas a la revista de cine. Este libro, sin embargo, pareciera que fuera el último de este tipo de investigaciones.

Estos estudios pioneros en la recepción no inscritos en el marco de las primeras teorías del cine, y ligados a cuestiones de índole social y cultural, señalan y marcan los

[31].- La síntesis de esta tesis fue finalmente traducida y publicada en la revista de cine del Instituto Británico de Cine (BFI) *Screen* en su volumen 42, número 3 del año 2001, bajo el título "Emilie Altenloh; A sociology of the cinema and the audience".

inicios de las primeras formas de censura fílmica. Ya que para estas fechas *Hollywood* había ya instaurado su industria, conformada por un sistema de fórmulas genéricas y temáticas, así como de un sistema de estrellas.[32] Creo por tanto que estos primeros trabajos empíricos sobre las audiencias, son aportaciones sumamente relevantes y vigentes, porque nos ofrecen un panorama de estrategias metodológicas para el estudio de las audiencias de cine, y de entendimiento para generar un acercamiento con ella.

Llegada la década de los cincuenta, y frente a la aparición de la televisión, la mayoría de los estudios de audiencias tomaron como objeto de estudio esta novedad mediática, de la misma manera que sucedió cuando el cine irrumpió en la sociedad en décadas anteriores.

Posteriormente cuando en 1960 los estudios de cine fueron aceptados como una disciplina académica, esta derivó de manera prioritaria en estudios puramente estéticos, dedicada al estudio de las películas como textos, u obras de arte con autoría. No fue sino hasta 1980 que la escuela de Birmingham reincorporó de nuevo los estudios de las audiencias bajo el enfoque del contexto y la etnografía, en la corriente denominada "estudios culturales".

[32].- Para estas fechas, había comenzado la revolución de la posguerra en materia de costumbres y valoraciones éticas. Y el cine, como moda y espectáculo estaba inmerso en esta convulsión social. Las figuras estelares del cine, tales como Mary Pickford, Gloria Swanson, Rodolfo Valentino, Pola Negri, eran objeto de una atención especial por parte del público. Habían aparecido ya varias revistas para los aficionados y todos los días los periódicos dedicaban largos espacios de sus columnas para hablar de cine. Entre 1916 y 1926, la industria fílmica estadunidense se concentró en unas pocas empresas que controlaban la producción, distribución y exhibición. Para los años veinte, las principales eran las cinco *majors*: Fox – después 20th Century Fox -, MGM, Paramount, SMC y Warner Brothers, las tres más pequeñas: Columbia, Universal y United Artist.

1.2.2.- TENDENCIAS EN LOS ESTUDIOS DE CINE Y RECEPCIÓN EN MÈXICO

Los trabajos realizados en México en el campo de los estudios de recepción en el cine, apuntan hacia varias tendencias y son, a decir verdad, muy recientes.[33]

Las tendencias para aproximarse al estudio del cine mexicano y su recepción se han trabajado desde las siguientes ópticas: la influencia del cine sobre la sociedad mexicana (Carlos Monsiváis: 1995); el cine como socializador informal, y como medio de concientización (Norma Iglesias: 1996), el cine como instrumento de modernización y agente de secularización (Alejandro Rozado: 1992), el cine como un fenómeno que incide en los comportamientos sociales (Aurelio de los Reyes: 1993), y el cine como parte del proceso de masificación de la cultura, y como medio de homogeneización de las masas. Cada una de estas directrices se han desarrollado a través de diferentes metodologías y objetos de estudio, pero con resultados que llevan a abrir tres grandes tendencias en su estudio: el cine como constructor de identidades, la caracterización de la audiencia y el desarrollo que ha tenido la industria fílmica nacional.

Entre las tendencias que han profundizado en el impacto social y cultural que el cine establece con su audiencia, a través de sus mecanismos de representación e identificación se pueden citar los trabajos de: Aurelio de los Reyes (1977- 1983- 1986- 1987 –1994), Carlos Monsiváis y Carlos Bonfil (1995), Lauro Zavala (1994) y Julia Tuñón (1998).

La argumentación de estos trabajos en general, está centrada en el contexto del cine mexicano de los años veinte, cómo es el caso de las investigaciones de Aurelio de los Reyes, y los cuarenta y cincuenta, es decir, en la "época de oro", misma que sentó todo un precedente de identificación y significación para las audiencias de estas décadas, y que

[33].- Para información sobre los estudios de cine en general por la academia mexicana, remitirse a los trabajos de Miquel, Angel (1998) y Fuentes, Raúl (1996).

hasta la fecha sigue siendo un referente obligado para entender la construcción de simbologías, mitos y significados que persisten en el imaginario colectivo de la sociedad mexicana.

Un aspecto relevante del trabajo de Carlos Monsiváis y Carlos Bonfil es que aborda la relación diferenciada de las películas según el origen social de sus segmentos de audiencia. A partir de una elocuente y documentada narrativa ambos autores nos van describiendo, cómo desde sus primeras vistas en 1896 hasta finales de la década de los cincuenta, el cinematógrafo se convirtió en una actividad pública y de esparcimiento que vendría a tambalear el orden moral de la ciudad de México, pero también la diferenciación social. Durante el porfiriato, a decir de Bonfil la enorme capacidad ideológica y de penetración del cine: *impone la democratización del esparcimiento y por otro lado, seculariza muchos aspectos de la vida nacional* (1995: 14).

Es decir, que el cine en muy poco tiempo, logró lo que ninguna otra actividad de esparcimiento urbano y ocio había logrado: subvertir las distinciones de clase a través de imágenes en movimiento que cautivaron a una audiencia mayoritaria y replantearon modelos de conducta y nociones de tradicionalidad. Pasadas algunas décadas, ya en los cuarenta, al cine se le adjudican funciones sociales alejadas del mito nacionalista que imperaba en los años post revolucionarios. Carlos Bonfil insiste en subrayar que lo que importaba entonces era: *enfatizar a través del melodrama urbano un ideal de virtud moral que exalta la vigencia de las tradiciones y el triunfo de la familia, señalando con índice de fuego las perversiones del adulterio y la prostitución* (1995: 18).

Estas aseveraciones y otras reflexiones más que hacen tanto Bonfil como Monsiváis en su trabajo, dan cuenta de cómo los géneros cinematográficos (melodrama rural, urbano, social, familiar, arrabalero, y la comedia musical) que destacaron durante las décadas de los

treinta y cuarenta fueron moldeando y construyendo, no solamente una audiencia cautiva sino toda una galería de gustos y cánones fílmicos que fortalecieron e impulsaron la industria fílmica nacional. Su análisis partió de una exhaustiva revisión de los títulos más populares y la recepción de los mismos en su audiencia, haciendo uso de fuentes hemerográficas y testimonios de directores, actrices y actores, a través de los cuales da cuenta de cómo, y en muy pocos años, y con muy pocas fórmulas genéricas, el cine actualizó la manera de pensar lo local y lo nacional, y entregó a su audiencia, un catalizador que lo sacará de las desamparos morales y sociales que había dejado la etapa pos revolucionaria.

Monsiváis centra su reflexión a partir de las reglas que dominaron la estructura del melodrama y sus diferentes sub géneros: rural o ranchero, urbano, el de rumberas y el de cabaret, el social y el político, en las películas de estas décadas, y cómo éste género se instituyó como forjador de una identidad nacional y una tradición cinematográfica, a través de acercamientos estéticos revestidos de propuestas moralizantes, que hasta la fecha imperan en nuestro acervo fílmico.[34] En su ensayo, el autor, desde una aproximación histórico -social analiza los testimonios de la audiencia de la época y las notas periodísticas que registraron el impacto social y cultural que tuvo este repertorio filmográfico.

Por otra parte, Julia Tuñón, si bien no realiza un trabajo propiamente de recepción, pues sus objetivos centrales estaban más ligados a develar la forma en que las imágenes del celuloide se construyen a partir de una serie de experiencias históricas, y cómo éstas imponen un modelo de femineidad a la mujeres de carne y hueso; le fue imposible separar

[34].- El esquema de la mayoría de los melodramas, género que tiene sus orígenes en el teatro inglés del siglo XIX y la novela de folletín, es sencillo: de inicio debe existir una turbonada de mala suerte, los personajes se compensan con risas y afectos, se salva la situación, para luego rematar con un final feliz de desdicha.
Para mayor información de los orígenes y funcionamiento del melodrama en el cine mexicano de esta época consultar los siguientes trabajos: Burton - Carvajal, Julianne (1994); Lillo, Gastón (1994); López, Ana (1993).

el análisis textual de las prácticas sociales, y dedicó un apartado para la recepción, y a profundizar sobre la caracterización de las audiencias, con datos sobre educación, ocupación, estructura familiar, años de residencia en la ciudad, etc. De esta forma, su trabajo precisa categorías para entender la construcción social de la audiencia.

Otra investigación que vale la pena destacar en la tendencia sobre la caracterización de públicos y audiencia, es el de la antropóloga Ana Rosas Mantecón.[35] En este ensayo, la autora hace un recuento exhaustivo de los diferentes estudios que en esta materia se han hecho en México, advirtiendo en sus conclusiones que: *El estudio de los públicos está todavía por hacerse. La problemática radica en que la mayoría de ellos relacionan al cine con el proceso de recepción, de manera secundaria* (1998:34). Así mismo, Rosas Mantecón ha formado parte del equipo de investigación que coordinó Néstor García Canclini en los estudios de consumo cultural en la ciudad de México.[36]

En el marco de la recepción del cine a través del periodismo, se encuentran las investigaciones de Angel Miquel y la mía mencionada en la introducción de este trabajo.

Las investigaciones de Miquel, *Los exaltados* y *Por las pantallas de la ciudad de México,* muestran con detalle la cultura cinematográfica en México a finales del siglo XIX y principios del siglo XX, a través de una acuciosa investigación documental de las crónicas sobre cine que se publicaron en los diarios capitalinos de 1896 a 1930.[37] De manera particular el propio autor señala que sus trabajos, en materia de recepción del cine narran: *cuándo comenzó el cine a considerarse como arte, que otras actividades adoptaron los periodistas dedicados a la pantalla, cuándo se impuso la terminología propia del cine, y cómo se recibió en diferentes momentos a las películas extranjeras (*1995:15).

---

[35].- "El cine y sus públicos en México. Un balance bibliográfico",en la Revista *VERSIÓN*, octubre de 1998.
[36].- Cfr. García Canclini, Néstor (1991- 1994 – 1998).
[37].- Cfr. Miquel, Angel (1992 –1995)

Pienso que lo más destacable de los trabajos de Angel Miquel es haber logrado discernir sobre dos asuntos importantes que caracterizan a la historia del cine nacional y a la historia del periodismo cinematográfico; por un lado, abordar al cine más por sus aspectos sociales que estéticos, ello a la luz del análisis del material documental recopilado, y por otro lado, describir a partir de las crónicas cinematográficas los efectos del cine sobre su audiencia y los mismos cronistas de esta época.

Mi trabajo de *Crónicas tapatías del cine mexicano,* afronta la recepción periodística y social del cine mexicano de los años 1917 a 1940 en Guadalajara. En dicho estudio recupero cómo se dio la transición de la crónica teatral a la cinematográfica, el trabajo y los tropiezos de quienes la ejercieron: entre otros, Carlos Infante, Carlos Arturo Pierre, Javier Enciso, Xavier Lambera, Agustín Placencia, Rubén Arturo Lomelí y Carlos López Aranda.

Así mismo, es la historia de la exhibición cinematográfica de principios de siglo XX; la llegada del cine como novedad sospechosa, su paulatina aceptación, el aumento de su popularidad como espectáculo masivo, la proliferación de salas en los años treinta, el negocio del cine y sus empresarios tapatíos: entre otros, José Montes, Carlos Pérez Rojas, James L. Demus, Manuel Estrada Aguiar.

Es también una perspectiva diferente de la historia de Guadalajara, la ciudad vista por su modo de ver, por lo que vió y por lo que no vió del espectáculo más significativo de la primera mitad del siglo XX.

A partir de la década de los noventa surgió una nueva veta de estudio del consumo y el proceso de recepción del cine mexicano desde una perspectiva empírica con las audiencias, y desde una visión de las funciones mediáticas que tiene el cine sobre las audiencias.

En los dos primeros casos se incluyen las tesis doctorales de: Norma Iglesias (1991) y Héctor Gómez (2003). Mientras que en los dos últimos enfoques se ubican los trabajos de: Jorge González (1994), Néstor García Canclini (1991) y el de Enrique Sánchez Ruíz (1992).[38]

Norma Iglesias se propuso responder a varias preguntas centrales que movieron los intereses y objetivos de su investigación: ¿qué reacciones provocan las cintas hechas por mujeres en los auditorios femeninos? ¿qué reacciones provocan estas cintas en los auditorios según el género? ¿las viven, sienten, interpretan y leen de igual manera los auditorios femeninos que masculinos? ¿se está contribuyendo con estas cintas (evaluando a partir de los auditorios) el cuestionamiento de los roles de género?.

Con el fin de responder a estas preguntas Iglesias se dio a la tarea de trabajar la recepción de la imagen (*Danzón*, 1989, de María Novaro) y el discurso de género a partir de experiencias grupales de discusión. El proyecto inició con grupos pilotos en Madrid, y en una segunda etapa se trabajó con grupos organizados en la ciudad de Tijuana. Fue clave la selección de la película de *Danzón* ya que ésta articula y privilegia la voz y la mirada femeninas y está muy ligada a situaciones cotidianas de la mujer mexicana, lo cual favoreció y provocó el análisis e invitó a la discusión.

Las directrices teóricas de su proyecto estaban ligadas a los estudios de recepción del cine, aquellos que se plantean a un espectador activo y que éste plantea los límites y los condicionamientos que existen al interior del propio proceso de recepción. A la autora

[38] .- Cfr. *Identidad, género y recepción cinematográfica. Danzón y su lectura por género; Todas las mañanas del mundo. Transformaciones de la cultura local y medios de comunicación. La experiencia de las mujeres con el cine en la ciudad de León, Guanajuato (1955-1975); Las transformaciones de las ofertas culturales y sus públicos en México*"; *Los nuevos espectadores; Cine, televisión y video: hábitos de consumo fílmico en Guadalajara*

también le interesó encontrar las características propias del texto, las etapas del proceso de comunicación y significación y las características identitarias de sus informantes.

En el marco de los estudios de recepción retomó la vertiente teórica de las mediaciones de Guillermo Orozco, para quien es relevante estudiar este proceso a partir de las mediaciones cognoscitivas, estructurales, institucionales, culturales y de género. Otro de los aspectos medulares de este estudio fue reconocer las diferencias que marca la recepción cuando esta se trata de un relato fílmico con una determinada narrativa y estilística. A fin de poder comprender el proceso de interpretación según el género y el relato.

La construcción de los perfiles de la muestra de los sujetos se seleccionó en función del: género, la orientación sexual, la generación de grupos de edad, y cultura regional y nacional. Se trabajó con mujeres y hombres de 40 a 55 años, y de 18 y 25 años (cuestiones generacionales), con homosexuales y lesbianas, con grupos fronterizos en la ciudad de Tijuana y se incluyeron cuatro grupos piloto de Madrid. Se trabajó con 10 grupos de clase media y que tuvieran al menos cierta cultura cinematográfica (una película al mes y por lo menos 2 en video en casa).

Entre los problemas y limitaciones para la formación de grupos, la autora señala que primero que nada hay que reconocer que un "grupo de discusión" es una técnica metodológica, y éste es por tanto un grupo teóricamente artificial, es decir, no es un grupo ni antes ni después, sino su existencia se reduce a su experiencia discursiva.

Los problemas más serios a los que se enfrentó el equipo de investigación fue el del poder de convocatoria, éste iba más allá de lo técnico, y si bien se utilizaron redes personales, no todos los convocados asistieron debido a que en México no hay una cultura de los "grupos de discusión". Otra variable que debe considerarse en el trabajo con los

grupos, es que el género del coordinador (a) o preceptor (a) que dirige las sesiones o las convocaba influye notablemente. A decir de Norma Iglesias: *el hecho de que la propia investigadora sea un sujeto de género, esto se traduce en significado y en sentido, lo cual tiene evidentemente implicaciones de orden: teórico –metodológico y epistemológico – político. La investigadora pertenece al mismo orden de la realidad que se investiga* (2000:44).

Los principales puntos a analizar durante las sesiones con los grupos fueron: formas y códigos de discurso según el género; sistematización de los aspectos y temas tratados en la película; posiciones que se manifestaron durante la elaboración del discurso (se establecieron 40 códigos identitarios) y finalmente un análisis de carácter ideológico.

Entre los hallazgos más importantes que derivaron de esta investigación, sobresalen dos asuntos: las diferencias de género en relación a la forma en que se habla o se estructura el discurso sobre la película; las relaciones que cada grupo estableció entre sus miembros, durante y después de la proyección y el comportamientos de género frente a la película.

Del universo total de la muestra sobresalen las siguientes lecturas según cada uno de los 10 grupos de discusión con los que se trabajó:

La producción discursiva entre las mujeres adultas heterosexuales se dio entre amigas, haciendo el ejercicio de relacionar sus vidas con el personaje de Julia (protagonista de la películas encarnada en el papel de una telefonista). Por su parte las mujeres jóvenes heterosexuales buscaron siempre la manera de mostrar a los demás, y a sí mismas, su capacidad de argumentar, de exponer sus ideas y diseccionar la película. Dos marcadas diferencias se dieron con los grupos de mujeres homosexuales, las jóvenes, un grupo muy intenso, a decir de la autora, se limitaron a discutir aspectos importantes de su realidad, que no tenían relación con la trama de la película, igualmente sucedió con las mujeres adultas,

quienes casi no recurrieron ni a Julia ni al relato de *Danzón*, ni a la anécdota para hablar de la problemática homosexual. Hablaron más bien y con un discurso muy sustentado en conceptos, sobre la importancia del cine, de *Danzón* dentro del contexto internacional, y de la propuesta de cine y género.

En el grupo de los hombres - tanto jóvenes como maduros - se amalgamaron producciones discursivas muy paradójicas; hubo mayor tensión o mayor soltura durante la proyección de la película, con la excepción del grupo de jóvenes quienes hablaron y opinaron entre ellos durante la proyección. En general los hombres se mantuvieron muy silenciosos durante la proyección, no hubo ni risas ni comentarios acerca de las escenas o diálogos de la película. A decir de Iglesias, permeó mucho la pregunta de ¿Para qué se les había convocado?, y ¿Por qué se había conformado un grupo con esas características?. El placer de hablar parecía estar en el hecho de argumentar y de ser más fuerte su argumentación con relación a los otros miembros del grupo. En el grupo de los hombres homosexuales la discusión se dio de manera similar a los hombres heterosexuales; de entrega silenciosa a la película pero con menos tensión. El de los jóvenes fue muy similar al de las mujeres, compartieron opiniones, se rieron.

En algunas de sus conclusiones la autora expresó que en la producción discursiva las diferencias de género de los miembros de los grupos fueron notables en los sujetos masculinos, para quienes nombrar lo femenino, desde o a partir de una propuesta cinematográfica de una realizadora, significó un acto que los violentó porque cuestionó la naturalidad del discurso masculino como único. En cambio para los sujetos femeninos, la experiencia fue más profunda y dio pie para hablar de cosas más sustanciales en su definición existencial. La relación con Julia, centro de todos sus discursos, las obligó a descubrirse y a definirse, a verse a través de Julia.

Se puede entonces decir que las diferencias de género que se dieron en la construcción discursiva de estos segmentos de audiencias, estuvieron marcadas, no solamente por el propio relato fílmico, sino por la construcción de los grupos. No creo que haya sido fortuito que los integrantes se preguntaran el por qué de la conformación de los grupos. La intención de la investigadora se centró en responder a la manera en que se pauta el discurso de género, frente a una propuesta de sentido con una visión en femenino de lo femenino, y la construcción de género que de ésta se desprende.

Lo que me llama la atención es corroborar que la dinámica de discusión entre el grupo de los hombres, tanto heterosexuales como homosexuales, independientemente de la edad, para el caso del trabajo de Iglesias, y en parte para mi investigación, es que se manifiesta una preocupación mayor por la argumentación, al mismo grado que se refleja un cierto grado de timidez y recato.

Por su parte, Héctor Gómez Vargas en su tesis doctoral desarrolló un estudio donde ubica a las mujeres leonesas como sujetos de investigación y sus construcciones personales a partir del consumo cinematográfico.[39] Dicha tesis consta de tres partes sustanciales: la primera versa sobre las perspectivas para construir conocimiento a partir del sujeto - investigador y sus propias subjetividades; en la segunda plantea y desarrolla las principales configuraciones y contextos fundacionales que le servirán de referentes inmediatos para ubicar a su objeto y sujetos de estudio: industria, mundo religioso y familias para enmarcar a la cultura en la ciudad de León, y en una última parte, desarrolla una conceptualización sobre la ciudad, las transformaciones sociales y la memoria histórica.

[39].- El trabajo de Héctor Gómez Vargas es su tesis doctoral en el programa de Doctorado de Ciencias Sociales de la Universidad de Colima.

Gómez Vargas se plantea como objetivo central estudiar: cómo la cultura leonesa ha configurado procesos de socialización y representaciones simbólicas en los habitantes de León, a partir de su percepción del cine. El autor se hizo básicamente dos preguntas: ¿Qué es la ciudad de León? y ¿Cómo se ha configurado la cultura de la ciudad de León? Otras dos preguntas son las guías para avanzar a resolver las dos anteriores: ¿Cómo han mirado los leoneses el cine? ¿Cómo miran el cine los leoneses en la actualidad?.

La investigación se centró en la manera como las mujeres leonesas, de clase media y de un rango de edad que va de 40 a 59 años, han vivido sus experiencias con el cine. Para ello, el autor trabajó con 9 hombres y 9 mujeres y con un perfil de educación alto, es decir licenciatura y posgrado. A estas audiencias los entrevistó a partir de la vertiente de la historia temática, considerando que ésta es la mejor técnica para recuperar la experiencia cultural del cine en la conformación de su mirada cultural. Si bien, los sujetos principales de estudio son las mujeres, Gómez Vargas decidió trabajar también con hombres a fin de poder ampliar su *visión subjetiva y tener una visión más completa* (2003:277).

En el marco de un exhaustivo cuerpo teórico, el autor describe por qué le interesaba generar una visión subjetiva a través de la memoria y la reflexividad de las mujeres que han vivido su historia personal, y dentro de ella una experiencia biográfica sobre la historia del cine. A lo largo de su trabajo identifica los procesos de recepción y configuración de audiencias o públicos culturales, y elabora toda una construcción dialógica con los autores clásicos y modernos en el campo de las ciencias sociales, los estudios culturales y la comunicación, para explicar la emergencia de nuevos actores sociales a partir de las transformaciones culturales.

Uno de los hallazgos más importantes de esta tesis, son los testimonios, tanto de mujeres y hombres leonenses a través de los cuales nos acercamos a las historias personales

y a las de una colectividad que recibió el impactó de un momento transitivo importante del cine mexicano (las décadas de finales de los cincuenta a los setenta), y cómo el acto mismo de ir al cine se resignificó como una práctica social, más que individual.

Del material empírico se derivó también, que si bien había una tendencia social por ir al cine; estar juntos, cumplir un rito social, el cine configuró en estas mujeres y hombres ciertas preferencias cinematográficas con respecto a géneros y actores y actrices.

Cita el autor que: *la tendencia de los gustos de los hombres eran las películas de acción: de guerra, westerns, intriga, donde se veía la presencia de actores fuertes como: Gregory Peck, Rock Hudson, Jhon Wayne, James Dean, Sean Connery. A las mujeres, la tendencia era distinta: las películas que les gustaban eran las históricas, las bíblicas, las románticas, musicales, las mexicanas dedicadas a los jóvenes, donde salían Enrique Guzmán, Cesar Costa, Angélica María, Julissa, o las españolas, con Rocío Durcal, Pili y Mili y Marisol* (2003: 740).

A través de la revisión de la cartelera cinematográfica, Gómez Vargas hizo un posible universo simbólico que circulaba en las salas cinematográficas y los actores que protagonizaban las películas favoritas.

Con respecto a la experiencia misma de ir al cine, hombres y mujeres disciernen sobre este tema: los hombres mayores ven su relación con el cine, en el pasado y en el presente, como una manera de divertirse, de entretenerse, no más; los hombres más jóvenes verían otras relaciones, cómo el cine impuso maneras de ser y actuar, por medio de las modas y los comportamientos de los actores, por lo que la influencia de ciertas películas en ellos o en su entorno, terminaba por ser un hecho y un medio de pertenencia e integración. (2003:876)

Para las mujeres, en cambio, su relación con el cine se extendía en ellas mediante modelos de imitación y estilización del cuerpo y las modas. En este sentido, el impacto del cine comenzó a ser un espacio de liberación. A decir del autor, esta liberación: *no era nada más por el hecho de vivir mundos imaginarios y confrontarlos con su realidad: se debe a que algo que ven es ese mundo rosa de las películas que les gusta, a través de las actrices con las que se identifican, les otorgan modelos de ser, por un lado en el sentido estético y corporal, pero, también, en las maneras como las ven actuar y lo que ven que expresan* (2003: 881).

A propósito de algunas preferencias del cine mexicano, se destacan algunos testimonios que hablan sobre los géneros populares del cine de los sesenta (el cine de luchadores y las comedias de Mauricio Garcés, Tin Tan, Viruta y Capulina) y la presencia imperiosa del cine con tendencias políticas, como fueron las películas de directores de la "vieja guardia", tales como: Arturo Ripstein (*El castillo de la pureza),* o de Felipe Cazals (*Canoa y El Apando*).

Fue notorio también la fuerte presencia que tuvieron en esta audiencia leonense las películas *hollywoodense*s, mismas que impusieron los cánones del cine para jóvenes y de jóvenes, donde imperaba un discurso de rebeldía, así como el impacto de los íconos de estas décadas, como fueron los actores James Dean y Elvis Presley.[40] O bien, para las

[40].- En 1955 James Dean había protagonizado la película *Rebeldes sin causa* (de Nick Ray), misma que se convirtió desde ese entonces en un clásico de la cinematografía mundial, y contribuyó a configurar el ícono de la juventud de entonces. La muerte del actor en el mismo año en que se filmó la película en un accidente automovilístico, incrementó no solamente el culto al autor, sino que convirtió al personaje representado por él en símbolo emblemático de toda una generación.

mujeres, la presencia de los melodramas románticos e históricos, donde las actrices favoritas fueron: Vivian Leight, Sofía Loren y Doris Day. [41]

A partir del material empírico, el autor señala también que hay notorias discrepancias en relación al género de los sujetos y la manera en que el cine propició un sentimiento, un mundo cognitivo y afectivo diferente. Por tanto, no fue fortuito que las mujeres le dieran una denominación de segundo orden a la experiencia de ir al cine, pues el entretenimiento era a su vez una forma de conocimiento de otras culturas y formas de vida. Estas mujeres leonenses desde los marcos de sus vidas individuales y sociales, miraban algo que no tenían, y entonces ratifican que si existía a través de las imágenes fílmicas. En cambio los hombres veían al cine como un modo de entretenimiento, de encontrarse con los amigos, de buscar pareja (2003: 898). No obstante, son los propios testimonios los que nos van detonando las marcadas diferencias de género en la producción discursiva de los miembros de la audiencia, y no necesariamente el análisis de su autor.

Pienso que uno de los aportes de este trabajo es que, siendo una tesis doctoral, inscrita en un programa de estudios de Ciencias Sociales, realizada por un comunicólogo, demuestra que ya no existe tanta resistencia por parte de los investigadores de la Comunicación en México por estudiar el cine. Hasta hace algunas décadas, en este campo de estudio se seguían dando infranqueables fronteras en la producción de conocimiento con respecto al cine. Esta tarea correspondía a otros actores del conocimiento. Por ello mismo, los estudios de recepción en el ámbito de la televisión llevan una gran ventaja. Y por tanto,

[41].- Estos melodramas y estas actrices, entre otras, marcaron toda una época (los 40´s) en la que incursionó el "cine de mujeres" hollywoodense, es decir aquellas películas dirigidas a mujeres y con temas de mujeres y familia.

en el contexto de los estudios de cine, las investigaciones sobre audiencia apenas empiezan a cobrar importancia.[42]

De la misma manera que el trabajo de Norma Iglesias precisa y fundamenta las diferencias de género a partir de las propuestas de un referente fílmico y una producción discursiva diversa y heterogénea, la tesis de Gómez Vargas - que no contemplaba esta categoría analítica como sustancial en su investigación - confirma que los discursos de género son construcciones sociales y culturales que dependen y varían según el contexto histórico, social y cultural, y que el género, incide necesariamente en cómo los sujetos se relacionan con una propuesta fílmica, o una identidad cinemática (el caso de los actores y actrices, y las diferentes relaciones sociales que marcó el cine tanto en hombres como mujeres).

Advierto en la tesis de Gómez Vargas similitudes con mi propio trabajo, sobre todo en una parte del diseño metodológico para hacer el corte regional, a partir, no necesariamente de un territorio, sino de una región cultural, y como ésta nos remite a la noción de diversidad y globalización. En relación al consumo cultural del cine y las características propias de los "públicos cinematográficos", los cines y las ofertas de la ciudad de León en las décadas de los 50`s y 60`s, se puede detectar el momento histórico clave en que se inició una nueva conceptualización con respecto a los usos sociales y gratificaciones que ofrece el cine como producto cultural, y así mismo, cómo el acto mismo de ir al cine se modifica a partir de la aparición de los cinemas Multiplex.

[42].- El comunicólogo Raúl Fuentes (1997) reporta en sus gráficas sobre los estudios de cine en México y sus enfoques, que de 1956 a 1986, de un total de 35 trabajos publicados, una gran mayoría concierne a trabajos históricos, y solamente uno sobre audiencia. Otra gráfica correspondiente a los años de 1986 a 1994 registra que ha habido un mayor interés: de 49 trabajos registrados, 9 corresponden a audiencia.

Encuentro también convergencias en la búsqueda de corroborar cómo la memoria individual y social, se conforma en una "memoria massmediática", a decir del autor, en el caso de mi investigación, en una "memoria visual", que tiene sus orígenes en una serie de hábitos y recuerdos, tanto a nivel familiar, social y cultural.

Desde una búsqueda de los gustos y preferencias cinematográficas, la investigación de García Canclini y su equipo, realizó 360 encuestas y entrevistas a los asistentes a la Muestra de Cine en 1991, con el objetivo de conocer los gustos y los hábitos de los cinéfilos de la ciudad de México. Se escogieron dos películas nacionales: *Sólo con tu pareja* de Alfonso Cuarón y *Como agua para chocolate* de Alfonso Arau, y dos extranjeras: *La entrevista* de Federico Fellini y *Salvaje de corazón* del realizador británico David Lynch. Las encuestas a los asistentes se realizaron en el cine Latino, que es una de las salas donde se programa dicha Muestra, y aquella que suele atraer a mayor público del centro y norte de la ciudad. Se indagó sobre los hábitos y gustos cinematográficos, su valoración de las cuatro películas seleccionadas. Se aplicaron 360 encuestas, 180 para las películas mexicanas y 180 para las extranjeras. Paralelamente se hizo un análisis del material periodístico publicado en relación con la Muestra, especialmente aquellas críticas publicadas en los diarios de la ciudad, a fin de poder conocer cómo se forma el discurso sobre el cine mexicano y el extranjero en la prensa y ensayar una comparación con las respuestas de la audiencia.

Las preguntas de las encuestas aplicadas iban designadas a detectar constantes en cuanto a: status socio – económico, hábitos y frecuencia con que se asiste al cine, preferencias fílmicas, cuestiones centrales de la temática de cada película, cómo valoran los espectadores al actual cine mexicano y la interpretación de la crítica reconocida.

Dicha investigación arrojó importantes conclusiones sobre el interés que existe por ver cine mexicano contemporáneo; en particular corrobora que la combinación de cine "comercial" y de "calidad", con más presencia este último, ha contribuido a cambiar la actitud de una buen parte del público hacia el cine nacional.

El trabajo iniciado por García Canclini en la década de los 80`s ha continuado desarrollando otros estudios relacionados con el consumo y la oferta cultural en la ciudad de México. A través de estos trabajos, más enfocados a las ofertas culturales en general (museos, galerías, salones de baile, teatro, danza, música) que al cine mismo, García Canclini reporta una serie de hallazgos importantes, que se manifiestan a través de gráficas y cuadros sinópticos que ilustran socialmente, la expansión de los nuevos complejos de cine Multiplex (varias salas de cine pequeñas en un solo espacio) por las diferentes delegaciones de la ciudad de México, a la vez que la desaparición de salas de cine de barrio y los de poblaciones pequeñas y medianas en todo el país.[43]

Dentro de las agendas de discusión que caracterizan los trabajos de García Canclini, se pueden detectar temáticas prioritarias de estudio, tales como: las identidades y experiencias culturales de grupos y subculturas, la ciudad como espacio para trazar los escenarios de las relaciones y los imaginarios colectivos, las industrias culturales como las nuevas carreteras para trazar la vida económica, política y social.

Por su parte**,** las investigaciones realizadas por Sánchez Ruiz en 1991 y 1993 al interior de la sociedad tapatía, tenía como objetivo principal conocer los cambios socioculturales que están ocurriendo en las diversas formas de consumo cultural, debido al advenimiento acelerado de las tecnologías como el video. Su técnica metodológica fue

[43] .- Cfr. en Garcia Canclini, Nestor 1991 – 1994 – 1998.

cubrir una muestra de 99 y 179 encuestados a los cuales se les aplicaron diferentes cuestionarios que incluían las temáticas a identificar.

Entre los datos más significativos que arrojó este estudio vale la pena reconsiderar los siguientes: ciertos segmentos de la población prefieren todavía seguir viendo cine en las salas de cine (44% contra 36% que prefieren ver cine en la TV o en video); el 12% de la población tapatía es cinéfila; el público joven de 13 a 25 años es el que con mayor frecuencia asiste al cine, incluso el 21.2% dijo hacerlo dos veces por semana y 21.8% una vez a la semana.

1.2.3.- ESTUDIOS EMPÍRICOS DE LAS AUDIENCIAS

Entre los estudios empíricos de recepción y audiencias en el cine que se han publicado en países anglosajones vale la pena destacar los siguientes trabajos ya recopilados en los libros de: Jackie Stacey (1994)*;* Janet Staiger (2000)*,* Annette Khun (2002) y desde una perspectiva más antropológica y ligada a los estudios de recepción de la televisión y la construcción de identidades el de Marie Gillespie (1995).

Stacey, académica británica, estudió el impacto social que tuvieron las películas estadunidenses de los años 40`s en sus auditorios (películas dirigidas en su mayoría a un público femenino). La autora elaboró su esquema de análisis a partir de fuentes hemerográficas que recogieron los comentarios del público en su momento, a la vez que de los propios testimonios de algunas de los participantes que todavía vivían.

Las principales preguntas rectoras que cruzaron el estudio de Stacey fueron: ¿Cómo entender a la audiencia como texto, y mantener un status diferente al de los estudios de la teoría fílmica? ¿Cómo debemos movernos entre la adscripción simplista de las respuestas de las audiencias como "verdaderas y auténticas" sobre el significado del medio, a fin de evadir el tratamiento que se le ha dado como otra narrativa de ficción?

Por el enfoque de las preguntas y el desarrollo del estudio se advierte un aporte teórico muy importante del estudio de Stacey, y es aquel de cuestionar el universalismo de las escuelas de cine ligadas a la corriente del psicoanálisis, y que en los años setenta fundamentaron los estudios de recepción dentro de la teoría feminista de cine. A través de este trabajo lo que hace la autora es producir un marco explicativo del lugar histórico que ocupa el espectador femenino, a través de un análisis de las memorias de las audiencias.

La primera etapa de la investigación consistió en publicar una carta en una de las revistas más populares dirigidas a mujeres, *Woman`s Weekly,* en la cual remitía dos preguntas para las lectores: ¿Si habían ido seguido al cine en los años 40`s y 50`s? y ¿Cuál era su estrella favorita y por qué? En seguida venía toda una explicación de los fines de su investigación y sus propios antecedentes profesionales.

Luego de un tiempo, Stacey empezó a recibir más de 300 cartas, este material le fue de gran ayuda, ya que pudo deslindar de ahí nombres de las revistas de cine que leían las participantes para acercarse a sus estrellas, preferencias cinematográficas, estrellas, categorías referenciales de las participantes y, lo más importante, los primeros textos que le sirvieron como referente para la elaboración de la segunda etapa de trabajo. Esta consistió en diseñar un cuestionario escrito de cuarenta y siete preguntas de opción múltiple, dividido en las siguientes secciones: la primera recogía antecedentes personales de actividades de entretenimiento y un sondeo de hábitos de consumo cinematográfico, la segunda sección

estaba dirigida a encontrar ¿Cuáles habían sido las estrellas *hollywoodenses* preferidas? ¿Y por qué?, en este caso, las preguntas eran abiertas; la tercera sección estaba ligada a encontrar datos de club de fans de estrellas y revistas de cine preferidas; las dos últimas secciones eran preguntas para ubicar los datos socio económicos de las participantes, primero en las décadas de los 40`s y 50`s y luego en el momento actual (principios de los 90`s). Dicho cuestionario se envió a todas las participantes con una carta donde la autora les agradecía sus respuestas y les daba algunas explicaciones del motivo de cada una de las secciones.

A partir de las cartas enviadas por las participantes y el análisis de cada una de estas fuentes primarias, Stacey encontró que la gratificación que las películas *hollywoodenses* de los años cuarenta generaron en sus audiencias fueron: placer, recreación, entretenimiento, gusto de ver una buena película, así como también reflexión.

Así mismo, la autora derivó de este material diferentes tipos de producción discursiva; aquella que habla de que las mujeres iban al cine para escapar de su realidad, y otra que señala los niveles de identificación con sus estrellas favoritas.

Todo el material discursivo escrito fue analizado desde una perspectiva de género que explora las múltiples dimensiones de la cinevidencia femenina y sus diferentes niveles. En síntesis, la propia autora señala que lo que ofrece su trabajo es:

un acercamiento a las fantasías y los deseos que las espectadoras se construyen de manera diferente según sea el contexto, analiza las relaciones entre la formación psíquica y social y le apuesta a demostrar cómo estos testimonios escritos (cartas) han sido ignorados por las corrientes feministas de la critica cinematográfica (Stacey:1994:79).

Me llama mucho la atención la metodología de análisis que Stacey realiza, es decir, la actividad interpretativa que hace sobre, "lo que se dijo de un cine que marcó una

época" a través del discurso social elaborado, y la manera en que se reconstruyó el sentido a partir de las acciones y expresiones cotidianas y sociales de un determinado grupo social.

Por su parte, Janet Staiger, ofrece en su más reciente libro, *Perverse Spectator; the practice of film reception,* una colección de ensayos que ha escrito desde su penúltima obra publicada en 1992 (*Interpreting Films: Studies in the Historical Reception of American Cinema),* un balance y un soporte tangible para la especulación teorética y la interpretación.

Staiger centra su trabajo en examinar la circulación de los discursos de los textos a las audiencias, acercándose a la comprensión de por qué ciertos trabajos fílmicos dotan de aliento a las audiencias en determinados momentos históricos.

Para el caso concreto de los estudios de recepción en el cine la autora sostiene que el contexto es un factor sustancial para abordarlos, y que éste es mucho más importante que los propios textos fílmicos, considerando sobre todo la experiencia que nos pueden aportar los testimonios de los miembros de la audiencia a partir de su práctica de ir al cine. Los contextos a los que hace evidencia la autora son: el conocimiento intertextual (incluyendo las normas de cómo interpretar el sentido de las imágenes y los sonidos), la psicología personal y la dinámica social.

Me interesó profundizar en este trabajo porque de toda la recopilación de ensayos que examinan varios casos de películas y la recepción de su audiencia, Staiger lo hace a partir de una perspectiva interdisciplinaria que incluye los campos del psicoanálisis, la psicología cognoscitiva, la teoría sociológica y las teorías culturales. El aporte metodológico más importante es que centra su análisis en varios estudios de caso, tales como: la función histórica que tuvo el cine *underground* de los años 60`s en el marco del contexto de la liberación política de los homosexuales, a fin de demostrar que este cine

permitió generar una visibilidad social y una identidad a los homosexuales, vistos como sujetos marginados hasta entonces; la diversidad de lecturas de los públicos que se desprenden del *film El silencio de los inocentes*, a partir de una perspectiva de género; toma como ejemplo la película *El regreso de Martín Guerre* para investigar la verosimilitud y las expectaciones de un mundo real que las audiencias se pueden hacer a partir de un texto fílmico.

Así mismo, en varios capítulos la autora revisa la experiencia emocional y el placer que se da en el proceso de recepción, profundizando aspectos psicoanalíticos e históricos que determinaron la interpretación y lectura que se hacen de películas que a la fecha se han convertido en "películas de culto", tales como: *Naranja Mecánica* y *The Texas Chain Saw Massacre*[44]; también apoya parte de su análisis investigando la vida real de estrellas de cine tales como: Marlene Detrich, y la dramaturgia del drama fílmico como intertextos.

En síntesis creo que lo que hace Staiger es argumentar y fundamentar que la mayoría de la audiencia utiliza el cine desde una manera muy personal. Y que al final de cuentas son los factores contextuales, más que los textuales los que sostienen el proceso de recepción de una película. Con respecto a la manera en que se trabajan los textos de los miembros de la audiencia, se podría decir que la autora no interpreta textos, en el sentido más amplio, pero arriesga una explicación histórica de cómo se han venido interpretando los textos.

Por su parte Annette Khun en su libro: *Fascinating dreaming of Fred and Ginger: Cinema and Cultura Memory,* explora el significado de las memorias de aquellas personas que asistieron al cine en los años 30`s en las ciudades de Glasgow, Manchester y Londres, a

[44].- Esta película se convertiría en una saga de tres entregas fue dirigido por Tobe Hooper en 1974, es una adaptación a manera de comedia del clásico de Alfred Hitchcock, *Psicosis* (1960).

fin de estudiar los modelos de remembranza, así como la recolección genérica de esperanzas y placeres en el devenir social y cultural de sus informantes. El material etnográfico recopilado es resultado de una serie de entrevistas realizadas a diferentes personas que vivieron la llegada del cine sonoro y la irrupción de las nuevas y modernas salas de cine, y se hizo con el propósito de entender el significado que tuvo el cine para sus usuarios y el lugar que ocupó en sus vidas cotidianas.

Los participantes para esta investigación los ubicó directamente la autora a través de anuncios en los diarios más populares de las localidades (*Manchester Evenings News, Mature Tymes),* y en algunas revistas de cine de la época (*Film Pictorial, Picturegoer Film Weekly y Picture Show)*, así como en 37 radiodifusoras locales. En otros casos fue reclutando a los participantes vía organizaciones sociales e instancias públicas. Los entrevistados que finalmente participaron los seleccionó de una muestra de "primeros contactos" y a partir de los siguientes datos demográficos: ubicación geográfica en porcentajes proporcionales cada una, género, clase social a partir de un determinado grado de educación y rangos de edad, ocupación laboral de ellos y de sus padres, y etnia. A propósito de esta última categoría referencial se dio un margen de flexibilidad, dado que no se contaba con una información muy confiable sobre la composición étnica de esos años. Y si bien este acercamiento a una comunidad multicultural de organizaciones y grupos fue muy similar en las tres localidades, una buena parte de las audiencias participantes fueron judíos.

Se aplicaron un total de 78 entrevistas, de entre las cuales 28 fueron hombres y 50 mujeres (con rangos de fechas de nacimiento entre 1902 y 1927), y con respecto a la clase social, 42 fueron trabajadores, 6 fueron clase trabajadora media, 29 clase media y solamente uno pertenecía a la clase baja. Para la realización de las entrevistas se recurrió,

además de un guión de preguntas básicas a materiales que sensibilizaran la memoria de los informantes, tales como: fotografías de las salas de cine de los años 30s y de las estrellas de cine de esa época.

El análisis del material etnográfico se hizo en dos niveles: como base de datos que generara pistas del lugar que ocupaba la cinefilia en la vida cotidiana de la sociedad británica durante los años treinta; y segundo como discursos para poder entender mejor la naturaleza y el cómo trabaja la cultura del cine.[45]

La autora adopta una narrativa muy elocuente a lo largo de todo su análisis, eslabonando teoría, historia y etnografía, a la vez que rearmando una historia cultural y fílmica paralela. Pienso también que este material etnográfico tiene una aproximación inductiva, porque los testimonios por sí mismos son el punto de partida, y la interpretación se alcanza desde los materiales mismos más que de cualquier hipótesis o supuesto a priori. Pero lo más importante es que este acercamiento a los textos de la memoria dan prioridad a lo que las personas dicen acerca de sus experiencias en el cine; ya que los textos históricos son tratados de manera discursiva y ello ofrece un enfoque interdisciplinario. En suma, creo que con su trabajo, Khun demuestra cómo la construcción de la etnohistoria y la teoría psicológica pueden resultar buenas herramientas para teorizar a cerca del significado que el cine tuvo en la vida cotidiana de estas personas.

Otra investigación que maneja un enfoque interdisciplinario y que ubica a los medios audiovisusales en el marco de nuevos escenarios culturales es el de otra académica británica, Marie Gillespie. En su obra T*elevision, Ethnicity and Cultural Change,* Gillespie expone los resultados de una investigación realizada en Southhall (barrio londinense

[45].- Para una primera fase del análisis de las transcripciones de las entrevistas se utilizó un software de análisis cualitativo QSR NUD IST (*Non- numerical Unstructured Data Indexing Searching and Theorizing*).

popular, básicamente poblado por hindúes). Su objetivo principal es explicar el papel de los medios, principalmente el de la televisión, sin descartar el consumo cinematográfico o la música pop, en la construcción de la identidad de éstos jóvenes (en su mayoría nacidos en Gran Bretaña), pero que por tanto han incorporado los modelos culturales de la juventud europea a los de sus antecesores. En suma, la autora trata de explicar la compleja interacción entre la cultura de origen de estos jóvenes y la cultura británica a la que están expuestos y con la que se relacionan socialmente. Sus aportes demuestran cómo los medios de comunicación están influyendo en este proceso de "hibridación". Sin embargo, y esto es lo más relevante del estudio, se logra identificar que a través de determinados usos y prácticas de consumo (preferencias televisivas con respecto a ciertas series estadunidenses y londinenses, y preferencias con respecto a películas de origen hindú), tanto a nivel colectivo, familiar e individual, estos jóvenes logran construir su identidad individual. Para ellos, las series de televisión (*soap operas*) representan un vínculo para relacionarse socialmente con los jóvenes británicos, además de otras prácticas como fiestas, lugares públicos, *discoteques*. Pero lo que viene a reafirmar su identidad individual y por ende los vínculos con sus tradiciones de la familia son las películas de origen hindú, a las cuales tienen acceso vía los video – clubs.

Este tipo de estudios enclavados en escenarios históricos, sociales, culturales y de comunicación diversificados, y que abordan su objeto de estudio desde ámbitos cotidianos y sociales, constituyen un camino viable de explicación para entender la complejidad ante la cual estamos expuestos en este nuevo orden social dominado por la globalización. Y, sobre todo, para tener antecedentes de cómo abordar una problemática en torno al papel que están jugando actualmente los medios de comunicación y de entretenimiento, así como de quiénes son los actores y sujetos que los están promoviendo y consumiendo.

Y más aún para replantearse las directrices teóricas y metodológicas que sustenten los estudios de recepción en el cine y el uso desde una perspectiva empírica, donde el referente fílmico y los contextos sociales y culturales de los segmentos de audiencia se logren fusionar para fundamentar marcos inteligibles de explicación.

De estos trabajos anglosajones, concretamente los de las autoras Jackie Stacey, Annette Khun y Janet Staiger me ayudaron a armar el entramado de niveles de análisis en los que circunscribí el encuentro de dos propuestas de sentido frente a una producción de sentido derivada de contextos individuales, sociales y culturales muy concretos.

Los aportes de los trabajos de Norma Iglesias y Jackie Staciey fueron fundamentales en la elaboración del primer diseño metodológico de mi estudio, ya que me dieron las pautas para diseñar mis estrategias y artificios metodológicos.

Las obras de Staiger y Khun llegaron justo en la etapa final de análisis, y fue muy importante encontrarme con ellos, ya que estaba justamente en el momento de la interpretación de mis materiales empíricos. De esta manera pude detectar cuales eran las líneas viables de interpretación con respecto a unidades temáticas que surgieron una vez que se habían probado, tanto los primeros supuestos hipotéticos como los diferentes artificios metodológicos.

La postura dialéctica del trabajo de Staiger, al probar un enfoque histórico pero que a su vez reconoce la evidencia entre el empirismo y la teoría, ajustó mi preocupación teórica con respecto a saber tomar una distancia crítica sobre la relación entre la audiencia y sus textos, testimonios y relatos. Ligado a estas mismas búsquedas, y muy en particular en el cómo interpretar una serie de aproximaciones teóricas con respecto al cómo "leer" los materiales discursivos de las entrevistas, el trabajo de Annete Khun me esclareció incertidumbres con respecto a cómo se va construyendo en el imaginario colectivo una

memoria visual que perdura y se va modificando según los contextos históricos y las prácticas culturales generacionales.

2.- LA RECEPCIÓN Y CONSTRUCCIÓN DE AUDIENCIAS EN EL MARCO DE LAS TEORÌAS DE CULTURA Y COMUNICACIÓN

En este capítulo voy a referirme a algunas de las teorías cinematográficas que han derivado de explicaciones historiográficas, teóricas y críticas, para explicar cómo se han ido construyendo las discusiones a propósito de lo que es el cine, y cómo podemos llegar a conocerlo en sus diferentes dimensiones de arte, industria y espectáculo. En el marco de ésta presentación quisiera aclarar que voy a hacer un recuento a partir de las teorías que surgieron en la década de los setenta, ya que son éstas las que han apoyado los principales paradigmas metodológicos de los autores contemporáneos, interesados en vincular los estudios de cine a otras disciplinas.

Entrada la década de los setenta, la discusión se torna más interdisciplinaria y al mismo tiempo se desarrollan nuevos paradigmas de estudio, a partir de las nuevas corrientes del pensamiento feminista y postestructuralista. Ello derivó en nuevos enfoques, a través de los cuales se dieron respuesta a cuestiones más ligadas con los mecanismos internos del momento de recepción e interpretación del referente fílmico. En este contexto destacan los trabajos de Laura Mulvey (1976) y Teresa de Lauretis (1984), dos autoras que abrieron el camino de los estudios de recepción en el campo del cine.

En el marco de las teorías contemporáneas, y adscritas a una tendencia neoformalista, señalaré las más destacadas aportaciones de David Bordwell, uno de los pilares más importantes de la discusión actual en el campo de los estudios de cine.

Como contrapunto y referente más próximo a los estudios de recepción en el cine, haré un recuento de cómo se ha investigado la recepción desde el campo de la comunicación y la cultura, y cómo se ha derivado la discusión para la construcción de las audiencias. Si bien es cierto que la mayoría de estos estudios están muy enfocados a los

estudios de recepción de la televisión (David Morley, 1989, Brhun Jensen, 1997 y Guillermo Orozco, 1996), sus estrategias metodológicas ofrecen una serie de caminos que se pueden aplicar a los estudios del cine.

2.1- TEORÍAS CINEMATOGRÁFICAS

Con el advenimiento de las teorías de cine de corte psicoanalítico y marxista a mediados de los setenta, y la influencia del postestructuralismo de los ochenta, las categorías de estudio confluyeron en miradas más entreveradas, pero también se han contaminado las especificidades. Por ejemplo, desde la historia del cine, basada en gran parte en el estudio de las grandes obras cinematográficas o en el culto a los grandes maestros, se olvidó de cuestionar principios de clasificación y organización. Sin embargo, advierte Michele Lagny que desde hace unos cuantos años a la fecha: *las debilidades metodológicas de la historia del cine han ido desapareciendo gracias a la progresiva incorporación de aportaciones como las de la Escuela de los Annales, las reflexiones filosóficas de Foucault o Ricoeur o las de los trabajos de Bordwell y Staiger, [...], se está viendo un diálogo más abierto entre historiadores y teóricos, los unos incorporando las aportaciones del análisis textual en el estudio de documentos, los otros historizando sus modelo*s (Lagny: 1992:13).

En el marco de esta interdisciplinaridad y, por qué no decirlo, del reconocimiento científico de los estudios de cine, se destaca una corriente contemporánea, identificada como el neoformalismo, cuyos más importantes representantes son Christian Thompson, David Bordwell y Janet Staiger.[46] En síntesis, se puede decir que la propuesta de estos tres

[46].- Se denomina así a esta teoría porque sus orígenes derivan de una relectura de algunos de los conceptos más importantes de los formalistas rusos, y muy en particular de Víctor Sklovski, y cuyo sustento argumental está en la psicología cognitiva, que rechaza las interpretaciones psicoanáliticas.

autores es reconsiderar la pertinencia de estudiar al cine desde la estética, las técnicas y los modos de producción, distribución y exhibición. En suma, dichas vertientes vienen a refrescar, los primeros enfoques que ubicaban al cine como arte e industria. Sin embargo, en la práctica de sus discursos, estos autores le siguen dando un fuerte peso al análisis textual del relato fílmico, pero a diferencia de las pasadas corrientes cinematográficas, lo vinculan con las dimensiones del cine como industria, lo cual es ya un aporte sustancial.

En este contexto cobraron impulso los estudios de recepción, sobre todo aquellos que derivaron de las primeras teorías feministas en el cine. Laura Mulvey marcó un precedente importante desde 1975 con su artículo " Placer visual de la narrativa cinematográfica".[47]

En este trabajo la autora le otorga una naturaleza absolutamente masculina al poder de la imagen, mismo que construye un sistema monolítico en el cual el aparato cinematográfico está saturado de necesidades y deseos masculinos. Y en todo caso, la conclusión a la que se llega es que la mujer es la víctima de todo esto. Mulvey a través del psicoanálisis freudiano explicó como el cine h*ollywoodense* ha venido siempre ofreciendo a su público una identificación, a través sobre todo de las forma de placer visual que éste otorga, vía una mirada ideológicamente patriarcal.

Cabe también destacar en esta línea de estudio los aportes de Teresa de Lauretis que ampliaron el debate dentro de las teorías fílmicas, a partir de un análisis de cómo el espectador está, narrativa y visualmente, inserto en los textos fílmicos. Así mismo, estas vertientes teóricas ligadas a un pensamiento feminista reconceptualizaron al cine como un sistema de significados, para pasar a entenderlo como una actividad significativa.

---

[47].- Cfr. Mulvey, Laura, 1975, "Visual pleasure and narrative cinema", en *Screen,* Núm. 3, Vol. 16.

Lauretis señala a propósito de este asunto que: l*a significación cinematográfica y la significación en general son procesos discursivos, que no solamente implican y combinan múltiples códigos, sino situaciones comunicativas distintas, condiciones de recepción, de enunciación y de interpelación peculiares... (*1992:75). Estas condiciones de recepción que señala Lauretis, están muy ligadas con los deseos conscientes e inconscientes que la audiencia guarda en sí misma en el momento mismo de enfrentar la narración y el relato de una película. Cuando fijamos nuestra mirada en la pantalla y en una determinada imagen, sea ésta un objeto, un escenario, o un personaje, nuestros ojos están haciendo las veces de la mirada de la cámara. En otras palabras, como cinevidentes tomamos posición con respecto a una o varias unidades significativas del relato fílmico. Este proceso, no es otra cosa, sino un proceso de identificación a través del cual individualizamos cada uno de los elementos visuales y auditivos que se nos presentan.

Esto significaría también entender que, las puestas en escena que las películas nos muestran, se convierten en referentes a través de los cuales se dejan filtrar muchos otros, que no son precisamente los que están en la pantalla, sino los que están en nuestras mentes, es decir; las ideas, los afectos, los temores, los prejuicios, a los que Marc Ferró (1974) denominó los lapsus, o las convenciones culturales en la interpretación de Jackie Stacey (1993). Ya sea lapsus, o convenciones culturales, ambas están presentes en el momento mismo de sentarnos frente a la pantalla, pero son también el cúmulo de experiencias pasadas, son el cúmulo de construcciones históricas y culturales, que no se ordenan en este preciso momento, sino se activan a través de las representaciones visuales que sobre determinado tema, personaje o historia estemos presenciando. Por lo tanto, la película se

convierte en un objeto específico, pero que hay que relacionarla con otros fenómenos sociales y culturales, y por tanto el análisis de su recepción debe vincularse con otras prácticas culturales económicas e institucionales.

2.2.- ESTUDIOS DE RECEPCIÓN EN LA COMUNICACIÓN Y LA CULTURA

Los estudios de recepción en el campo de la comunicación y la cultura cobraron impulso durante la década de los ochenta en respuesta a los métodos cuantitativos y funcionalistas que hasta entonces se habían venido llevando a cabo al interior de la academia estadunidense. El cambio sustantivo en el enfoque fue pasar del análisis del contenido de los mensajes y el estudio de los efectos que estos ejercían en los receptores, a explorar los modos en que los sujetos - audiencia le dan sentido a los referentes mediáticos (un programa de televisión o una película).

Sin embargo, señala Guillermo Orozco (1996), que para no confundir los estudios de recepción con los estudios de *raiting* que se realizan desde años (quién está viendo qué canal, a qué horas, cuáles son las preferencias, etc.) se adoptó el modelo de la "corriente de análisis crítico de las audiencias". Esto exigió un replanteamiento del concepto de recepción y una redefinición según sea el objeto de estudio. Esta reconceptualización surgió al interior de los trabajos de una comunidad académica de investigadores que se han cuestionado lo que pasa con aquellos sujetos que interactúan con los medios. Entre los autores que han impulsado esta nueva vertiente se puede citar como los más representativos a: David Morley, Stuart Hall, Brhun Jensen, Jesús Martín Barbero y Guillermo Orozco, quienes desde diferentes contextos y miradas han logrado vincular los estudios de la cultura a los estudios de la comunicación.

Uno de los objetivos que se ha propuesto Morley es definir: *lo que la tv significa para distintos tipos de personas, que miran diferentes tipos de programas en diversos contextos y momentos* (1996:21). Con ello el autor le está dando peso a la importancia que tiene, no solamente el estudio del mensaje y su audiencia, sino el de las formas locales del discurso para leer, recibir o interpretar determinada propuesta de sentido. Por tanto, el contexto y las propias fronteras culturales y políticas de los sujetos serán elementos claves de análisis para estudiar cómo se da la recepción de un determinado texto audiovisual. Morley propone también que para no caer en exportaciones fallidas de los estudios culturales, o bien en feticihismos, un camino a seguir sería conceptualizar las funciones del texto en los procesos de comunicación, es decir, definir al texto desde su dimensión material y discursiva, y desde su dimensión económico y cultural (1996:17). Pienso que esta nueva dimensión es clave para entender cómo operan las industrias culturales, ya que cuando hablamos de medios de comunicación, ya sea la televisión o el cine, nos referimos no solamente a medios con lenguajes polisémicos, o productos culturales, sino a tecnologías regidas bajo un orden de dominación, mejor conocido actualmente como el mundo globalizado que busca la homogeneización.

Jensen por su parte, y desde la semiótica social de la comunicación, resume que las corrientes vigentes para el estudio de la recepción de los medios se pueden ubicar en los siguientes modelos: el estudio de los efectos de los medios, es decir: ¿qué hacen los medios con la audiencia?; el estudio de los usos y las gratificaciones, o ¿qué hace la audiencia con los medios? ¿cómo la audiencia de un grupo social se apropia y usa el contenido de los mensajes?; el criticismo literario o la estética de la reflexión sobre ¿qué se produce en el contacto entre un lector y un texto?; la vertiente de los estudios culturales que busca dar

respuesta a cuál es el papel de la cultura en la interacción medio – mensaje –audiencia y, finalmente el estudio de las audiencias, donde el factor prioritario es el papel que ejerce la acción social y cultural de la audiencia para reactivar el significado mismo del texto (Jensen:1997:111).

En el marco de estas diferentes ópticas de estudio, el trabajo de Morley se ubica en el de los usos y las gratificaciones, y ello supone de manera particular analizar: *los valores de las personas, sus intereses [...] sus asociaciones [...] ya que sus papeles sociales son preponderantes, y las personas modelan selectivamente lo que ven y lo que oyen* (1996:75).

Sin embargo, este enfoque también adolece de limitaciones. Stuart Hall advierte que: *No debe confundirse polisemia con pluralismo. Los códigos connotativos no son iguales entre sí. Toda sociedad/cultura tiende, con diferentes grados de clausura, a imponer entre sus miembros sus segmentaciones [...] sus clasificaciones del mundo. Se mantiene un orden cultural dominante aunque no sea unívoco ni indiscutible* (Hall, 1995:13).

Parte de esta crítica se vincula a la manera en que se articulan el funcionamiento de las instituciones sociales con los medios de comunicación, es decir, el cómo operan las industrias culturales y los campos comunicacionales en la producción de bienes simbólicos. A decir de Muñiz Sodré este término de industria cultural al interior de la academia se ha desgastado muchísimo, pero en suma él lo considera como: *el lugar donde se desarrolla la cultura mercantil, determinada a la vez por sus relaciones de producción económicas, mismas que cada vez participan más en los procesos de realización del valor* (Muñiz:1998:25).

El problema se va haciendo entonces más complejo, y pareciera que la intención de este enfoque es buscar la gratificación que deja un referente mediático en su audiencia , más en el terreno de lo psicológico que en lo sociológico e histórico, y ello implicaría aislar el programa de televisión o la película de sus condiciones de producción y consumo.

En este punto es justamente donde creo que está el problema de mi proyecto ¿Cómo es que la película construye a su audiencia, y cómo ésta construye o vuelve a reconstruir la película?

Morley señala un camino: *el sentido del texto se debe considerar atendiendo al conjunto de discursos con los que ese texto se encuentra, al conjunto de circunstancias y al modo en que ese encuentro puede reestructurar tanto el sentido del texto mismo, como los discursos con los que se encuentra* (1996: 120).

Esto significaría vincular las respuestas y diferentes lecturas que la audiencia tiene para con un referente mediático en un contexto donde se incluyan los otros medios. Es decir, considerar al cine como una tecnología más dentro del conjunto de las otras tecnologías de comunicación (prensa, televisión, telecable, video clubs), ya que éstas son a su vez reproductoras de relatos y representaciones que forman parte del capital cultural que cada sujeto social ha venido acumulando en su devenir.

Pienso, por tanto, que el cine no puede seguir considerándose el espejo de una realidad no mediatizada, desde el momento en que vivimos en un medio cultural dominado por nuevas tecnologías que a pasos vertiginosos han desdibujado los códigos mismos de cada medio, y por consiguiente las audiencias se están también reconfigurando. En la actualidad ya no es posible hablar de una audiencia de cine, o de una audiencia única de los medios audiovisuales (tv, videos), ambos están relacionados. Sería también una necedad seguir hablando de lenguajes únicos. Actualmente los lenguajes del cine y la televisión se

encuentran en un proceso de hibridación. Tampoco se puede seguir pensando que la familia o la escuela tengan una función única mediadora en el proceso de socialización de los individuos. A decir de Martín Barbero: *Hoy esa función mediadora la realizan los medios de comunicación de masas", en síntesis, "los nuevos mentores de la nueva conducta son los films, la televisión y la publicidad* (1987: 127).

Por su parte, Guillermo Orozco, después de haber trabajado en varios estudios sobre la recepción de la televisión, desde una perspectiva de "análisis crítico de las audiencias" en diferentes ámbitos y con diferentes audiencias, resume el proceso de recepción como: *un proceso de interacción muy complejo que no comienza ni termina en el momento de estar en contacto directo físico con un determinado medio o mensaje, sino comienza antes y termina después...* (1996). Agrega también que el proceso comienza antes, porque los sujetos sociales que se sientan frente a una pantalla no llegan en blanco, sino que tienen una serie de experiencias y capacidades con las cuales entran en contacto. De tal suerte, que el proceso tampoco acaba después de que uno abandona el sillón y se apaga el televisor. Una vez en la calle, en la oficina, o en la escuela, uno socializa lo que vio, surgen los comentarios y se "produce un nuevo sentido de lo que vio, a lo mejor se reafirma pero esa reafirmación es el proceso de una nueva producción de sentido" (2000:17).

Las investigaciones de los autores citados se han realizado básicamente en el campo de los estudios de recepción de la televisión, y a la fecha se pueden destacar características propias del proceso, con sus diversidades en cuanto temas y objetos de estudio, pero que para los propósitos de mi investigación aportan directrices metodológicas.

Lo que también se puede desprender de estas experiencias empíricas es que son prioritarias las condiciones de cada medio, de cada lenguaje y de cada situación de recepción para contextualizar el estudio de las audiencias. Así mismo, se puede concluir

que hay un lugar de encuentro en la mayoría de estas reflexiones para entender la recepción de un determinado referente mediático, televisivo o fílmico, y es que la cultura cumple un papel importante como mediatizadora de las prácticas cotidianas y sociales de los sujetos sociales, y en este sentido, debemos entender su peso en la recepción que se tenga con respecto a un medio de comunicación.

Se podría entonces resumir que los estudios culturales no ven el referente fílmico como constituyente exclusivo de la identidad del que ve el cine, lo que han hecho es ponderar las determinaciones sociales como; clase, género, etnia o nacionalidad, mismas que forman la lectura particular del espectador.

Y en este sentido, considero que el trabajo de Stacey está muy cercano a este enfoque interdisciplinario para explicar este proceso de ida y vuelta entre referente, audiencia y discurso. Su método significó **"**relacionar el texto producido por el espectador desde los estudios de cine y al espectador como texto desde los estudios de la cultura" (Stacey: 1998:73). Es decir, entender a la audiencia como parte de las representaciones fílmicas y a los textos derivados de la lectura de las audiencias como discursos producidos dentro de ciertas convenciones culturales. De tal manera que lo que haya significado para el sujeto - audiencia, la historia o el rol de cada uno de los personajes, es en sí una narrativa propia dentro de un marco de convenciones sociales

2.3.- CONSTRUCCIÓN DE LA AUDIENCIA

El modelo de "análisis crítico de la audiencia" que sustenta las reflexiones de las nuevas tendencias para abordar la recepción y el estudio de lo que las audiencias hacen con el medio, conlleva un supuesto muy claro: las audiencias son sujetos sociales activos que se

enfrentan a textos abiertos a múltiples interpretaciones, pero que al mismo tiempo están adscritos a una geografía massmediática. ¿Qué significa esto?

Primero que nada significa que estamos hablando de que una audiencia es: *un conglomerado de lectores individuales situados socialmente, cuyas lecturas individuales serán enmarcadas por formaciones y prácticas culturales compartidas (convenciones culturales para Jackie Stacey, capacidades y competencias comunicativas para Orozco) que preexisten al individuo* (Morley:1996:86). Y estos sujetos están ubicados en un determinado contexto histórico, social, cultural, cotidiano y massmediático. Pero, y ¿dónde queda el dominio de poder que ejercen las industrias culturales? Algunos autores lo entenderían así: *las audiencias pueden ser activas de infinitas maneras en su uso e interpretación de los medios [...] pero sería errar toda perspectiva equiparar el concepto de "activo" con el de "poderoso* (Ang:1990:247).

Morley lo explica así: *La diferencia entre ejercer poder sobre un texto y ejercer el poder sobre la agenda dentro del cual se construye y se presenta ese texto son dos cosas muy diferentes. El poder que tienen los espectadores para interpretar los sentidos no es lo mismo que el poder discursivo que tienen las instituciones centralizadas de los medios para construir los textos, imaginar otra cosa es una necedad* (Morley:1996: 98).

De aquí que no podamos olvidar que una película es ante todo un producto cultural adscrito y dependiente de una plataforma institucional que se llama industria cultural y que es la que domina el espacio audiovisual globalizado en el cual nos movemos. Visto desde esta óptica, el estudio de las audiencias se hace más complejo, porque entran en juego no solamente las políticas de producción, sino las de distribución y exhibición, y por tanto las de consumo, lugar donde se ubica una de las dimensiones de la recepción o interacción de la audiencia y el referente mediático.

El punto de partida para la mayoría de los estudios de televisión es la familia, el hogar, pues aquí se da la primera relación con la televisión y se realiza la formulación de producción de sentido. Para el caso del cine no es lo mismo**,** la primera relación física con el cine es una sala de exhibición pública, colectiva, que nos pone frente a una pantalla, en la oscuridad, para dejarnos luego en manos del poder de imágenes y sonidos que nos conducen a una experiencia sensorial. Estudiar este proceso de comunicación en el espacio actual y en la nueva manera en que se consume y se ve el cine; múltiples salas de cine que forman parte de un gran complejo donde los asistentes tienen otras opciones de entretenimiento y consumo comercial,[48] significa diseñar una propuesta metodológica particular.

En este sentido el estudio de las audiencias se ubica tanto en la esfera de lo privado como de lo público, y al hacerlo, necesariamente estamos traspasando las fronteras de nuestros marcos analíticos (ya sean éstas los espacios colectivos de los centros donde ahora se ve el cine o el espacio internacional audiovosual que los domina). Sin embargo, Hartley agrega otro aspecto que tiene que ver con cómo identificar a esta audiencia empírica y/o teóricamente: *las audiencias son producto de una construcción* (1987:25).

Si lo que estoy haciendo es desplazar el referente fílmico a la audiencia con el fin de poder hacer la interpretación de los relatos que se hacen sobre una determinada película o películas, puedo caer en este empirismo, es decir, puedo atribuirle una jerarquía privilegiada a mis propias interpretaciones como investigadora. ¿Cuál es entonces el papel de la investigación cualitativa de los medios? El contrasentido de una doble lectura de los textos o discursos a interpretar nos enfrenta a los investigadores con una dificultad, finalmente lo que nuestros trabajos arrojen como resultados o indicadores de análisis, serán

[48] .- Consultar Anexo Núm. IV de las salas cinematográficas en Guadalajara según el tipo de establecimiento.

historias sobre las historias que nuestros entrevistadores eligieron contarnos, o decidieron responder.

Esta paradoja de las interpretaciones y las etnografías han sido problemas irreductibles y cotidianos, asuntos que Geertz ya ha venido estudiando y discutiendo en sus trabajos.

En sus propias palabras: *lo que nosotros llamamos nuestros datos, en realidad no son sino nuestras propias construcciones de las construcciones que hacen otras personas de lo que ellas mismas y sus compatriotas hacen...[...] lo que hacemos es interpretar; y peor aún: estamos interpretando interpretaciones* (Geertz:1987:9).

¿Qué camino seguir entonces antes que renunciar a seguir estudiando estos campos de la subjetividad y la doble hermeneútica? Geertz sostiene que el etnógrafo tiene la alternativa de abrirse camino a través de las estructuras acumuladas de inferencia e implicación que constituyen el discurso del intercambio cotidiano. Es decir, que: *La tarea consiste en hacer accesibles esos sentidos no explícitos, en transparentes, y ello se logra situándolos en el marco de sus propias trivialidades* (Geertz:1987: 26)

Estas trivialidades vendrían siendo las maneras muy personales con las que cada miembro de la audiencia se relaciona con el tema, la historia o las situaciones de los personajes que nos presentan las películas, vertidas luego en un discurso recogido a través de una encuesta o una entrevista, para luego ligar estas experiencias personales con las convenciones culturales de las que habla Stacey. Visto desde esta perspectiva volvemos a lo ya señalado anteriormente, se abandona el texto mismo de la película para descubrir en su audiencia el lugar del sentido, y poder quizá también identificar o explicar las diversidades implícitas en esta negociación de significados (Orozco:1996). Es decir, que lo que la gente dice o escribe acerca de sus experiencias, preferencias, gustos, placeres ,

resistencias, no se puede tomar enteramente como tal, no podemos dejar que las respuestas hablen por si mismas, sino que debemos investigar lo que está atrás de lo escrito explícitamente. En otras palabras las respuestas deben ser leídas como textos, como discursos.

2.4.- DERIVACIÓN TEÓRICA INTERDISCIPLINARIA

Las primeras reflexiones sobre el cine abundaron en cómo intervenir en el campo de la realidad social según postulados de crítica, diría yo, estrictamente ideológica. De tal suerte, que lo que se trataba de fundamentar era si el cine reflejaba una ideología preexistente, o bien, si la ideología nacía a partir de cómo los cineastas estaban construyendo el tiempo y el espacio fílmicos. Había también una discusión de orden estético, lo cual ha venido derivando a la fecha en postulados acordes a la hibridación de los lenguajes audiovisuales. Por ejemplo, a las aportaciones de Jean Mitry (1967), los autores de las corrientes de la socio crítica del cine, las han encasillado como totalizadoras para con la dimensión estética del relato fílmico cuando creo que sus reflexiones nos están hablando de una situación que atañe a nuestros días. Y que por tanto vale la pena regresar a estas concepciones estéticas, porque estamos inmersos en un mundo de imágenes y sus representaciones.

Considero también que esta visión se aproxima mucho a lo que de alguna manera está inherente en este proyecto, y es cómo entender y analizar la interrelación entre película y audiencia, frente a las evoluciones técnicas y mercadotécnicas de una industria. Enfrentar a un sujeto social contemporáneo, con maneras muy concretas de entender y apreciar el mundo, y por tanto, con nuevas maneras de ver y asumir los nuevos lenguajes audiovisuales, nos habla a su vez de que las nuevas tecnologías están supeditadas a nuevos gustos y preferencias. Y que no obstante que esta reflexión de Mitry data de los años

sesenta, se puede aplicar a la comprensión y lectura de los nuevos escenarios donde están inscritos tanto el cine, como su audiencia actual.

En otro sentido, los aportes más importantes de estos pensadores del cine de las décadas de los cuarenta y cincuenta, es que lograron problematizar el carácter científico y meramente tecnológico del cine, para pasar a una discusión ligada con los modelos de representación con los que se estaba trabajando el espacio fílmico. Se separó la ideología de la estética, y con ello se lograron establecer los caminos directos para con el análisis propio del lenguaje cinematográfico. Ello, muy probablemente haya sido la causa de que en lo futuro el campo de los estudios de cine se contaminara de análisis fílmicos ligados a las corrientes psicoanalíticas.

La interdisciplinaridad que caracterizó la década de finales de los setenta, tiene en David Bordwell (1996) uno de sus mejores intérpretes para revalorar el sentido de las teorías que marcaron una etapa transitoria y crucial en este campo. Reconocida por algunos especialistas, la "Gran Teoría" de este autor, es una vía de acceso a una mejor comprensión de cómo debemos entender el carácter epistemológico del cine.

un agregado de doctrinas derivadas del psicoanálisis lacaniano, de la semiótica estructuralista y de la teoría literaria post- estructuralista..... que constituyen un marco de referencia indispensable para comprender todo fenómeno fílmico: las actividades del espectador de cine, la construcción del texto cinematográfico, las funciones sociales y políticas del cine, y el desarrollo de la tecnología y la industria fílmicas (Bordwell: 1996:13).

En otras palabras entendería que lo que nos está refiriendo Bordwell es que la "Gran teoría" estaría también planteando un camino metodológico en el que no existen las relaciones de causa y efecto. Es decir, que las audiencias, la películas, los eventos

históricos, sociales y culturales simplemente coexisten. O dicho de otra forma estarían implícitas.

Sin embargo, la mayoría de las vertientes de estudio de corte historiográfico o crítico siguen todavía ubicando a las películas y a sus autores como los objetos principales de análisis, olvidándose de cuestiones relacionadas con el contexto en el que circulaban y se consumían. En suma, se podría decir que estos estudios, muchos de ellos ligados con asuntos de la semiótica y el análisis textual han reconocido muy poco a las audiencias y más bien les han atribuido un status empírico de poca validez.

En cambio, desde el campo de la comunicación y la cultura se plantean caminos perfeccionados para diseñar estrategias metodológicas sobre la recepción del cine. Una de las premisas que está presente en la mayoría de los autores, independientemente de sus enfoques y sus objetos de estudio, para la formulación y explicación de la recepción, es que ésta provenga de datos sólidos y se apoye en la evidencia empírica. Es decir, que hay que pensar más en una audiencia activa y cambiante, social y culturalmente hablando. Y que si bien tenemos la certeza de que frente a una película, predominan las capacidades perceptivas y emotivas de los sujetos - audiencia, no podemos aislar el contexto personal, social y cultural en el que se encuentran inscritas y del cual se desprenden una serie de factores que al final del proceso influirán en la lectura y resignificación de la misma.

De tal suerte que, para delimitar el estudio de audiencias, debemos definir ¿qué audiencia nos interesa estudiar y en qué contexto? y los métodos a través de los cuales se va estudiar. Un primer paso será entonces estudiar a las audiencias como receptoras de una película, pero también considerar las interconexiones de éstas con los otros medios, sobre todo si las estadísticas nos reflejan que los mexicanos ven más televisión (de 2 a 3

horas en promedio diario) que películas en las salas de cine,[49] y que ambos son medios que están íntimamente ligados a una práctica muy concreta, el entretenimiento.

Pienso por tanto, que si lo que me interesa es reconocer si el cine mexicano contemporáneo está teniendo impacto en las audiencias tapatías, debo considerar la manera en que estas diferentes prácticas se realizan al interior de los nuevos escenarios de la cultura y la comunicación**.**

El replanteamiento y reconocimiento de este nuevo escenario en el que está inmerso tanto mi sujeto como mi objeto de estudio, reclama entonces la ubicación de observables e indicadores de análisis que estén inscritos en el marco de los nuevos lenguajes audiovisuales en general, y las construcciones de las nuevas identidades colectivas en particular. Y ello requiere de un enfoque interdisciplinario, capaz de profundizar, no solamente en las estrategias y políticas de quienes dominan las nuevas tecnologías de la comunicación y la informática, sino en los significados que están imprimiendo.

2.5.- LA INVESTIGACIÓN CUALITATIVA EN LOS ESTUDIOS DE RECEPCIÓN

El carácter cualitativo de mi investigación es inherente, por las razones explicitadas, y no es precisamente a través de mediciones que voy a encontrar categorías e indicadores de análisis para dar cuenta de este encuentro y reenecuentro de película y audiencia.

El carácter de la investigación cualitativa actual[50] tiene como máxima preocupación encontrar un método de explicación a la crisis de la falta de "paradigmas" para fundamentar los nuevos fenómenos socio culturales que las actuales sociedades globalizadas estamos

[49] .- Cfr. En estadísticas que presenta una encuesta anual sobre el uso de los medios de comunicación en Guadalajara, México y Monterrey 1999/2000/2001/2002/2003/2004, realizada por los diarios *Reforma*, *Mural* y *El Norte*.

[50].- Los orígenes de la investigación cualitativa se encuentran en los estudios de la Sociología, concretamente en la Escuela de Chicago de los años 20`s, y en la Antropología de los 30´s, a partir de los trabajos de Malinowski, Margaret Mead, Evans Pritchards y Radcliff Brown.

viviendo. En este sentido, se puede decir que la investigación cualitativa es un multi método de enfoques y técnicas, tales como: los estudios de caso, las observaciones participativas, las historias de vida, las entrevistas y los textos visuales (Denzin: 1994). El término cualitativo, implica el énfasis sobre procesos y significados que no son rigurosamente examinados o medibles. Abordar fenómenos culturales y la ingerencia que un referente mediático tiene sobre los grupos sociales en el momento histórico actual, con las características que ello implica, requiere de buscar métodos alternativos, y retomar de las experiencias que han dado un marco inteligible de explicación a este tipo de prácticas, donde se mueven valores, emociones, sentimientos, fantasías y, un gran cúmulo de convenciones.

Guillermo Orozco, comunicólogo y especialista en estudios de recepción de la televisión, subraya a propósito de trabajar bajo las directrices de una perspectiva cualitativa, que ello implica; *un proceso de indagación de un objeto al cual el investigador accede a través de interpretaciones sucesivas con la ayuda de instrumentos y técnicas, que le permiten involucrarse con el objeto para interpretarlo de la forma más integral posible* (2000: 83).

Con respecto a las técnicas de encuestas cuantitativas y bases estadísticas, señala Morley (1996) que éstas adolecen de muchas limitaciones porque son disgregativas, y recluyen a las unidades de acción de los contextos que las hacen significativas. De tal suerte, que la mayoría de los estudios que actualmente se hacen sobre las audiencias mediáticas sirven solamente para establecer "parámetros técnicos", o para levantar registros cuantitativos de los diversos tipos de conducta que se relacionan con la práctica de ver TV, es decir estudios de *raitings.*

Otra consideración de carácter cualitativo en este ámbito de la producción comunicativa es tener presentes las premisas bajo las cuales hay que abordar, tanto la propuesta de sentido, como la construcción de sentido de las audiencias. La audiencia es activa; el contenido de las películas es "polisémico" y abierto a diferentes interpretaciones; y la función de los referentes mediáticos está en la articulación tanto del ámbito público como del privado. Bajo esta óptica el estudio de las audiencias necesariamente está delimitado por los espacios colectivos de los centros donde ahora se ve el cine o el espacio internacional audiovisual que domina a éste.

Así mismo, el ámbito privado conlleva estudiar la cinevidencia a partir de los marcos individuales de videncia e interpretación, su manera de percibir al mundo, los marcos referenciales personales y culturales desde los cuáles toma una posición para expresarse, desde dónde está parado cuando habla o emite una opinión con respecto a una película. O bien, estudiar a las audiencias desde sus motivaciones personales que mueven sus sentimientos y que vendrán a influir en la manera en que se identifiquen o no con los relatos y personajes que narra una película.

En el ámbito de lo público, las audiencias como sujetos sociales activos están estrechamente ligados al resto de los medios audiovisuales (televisión, telecable, video en casa, internet), a través de los cuales sus acciones comunicativas y prácticas culturales se han reconfigurado, así como el acto mismo de ir al cine a los modernos centros comerciales donde existe mayor oferta de diversión y consumo.

Hartley dice que las audiencias pueden *imaginarse empírica, teórica y políticamente, pero en todos los casos el producto es una ficción que satisface las necesidades de la institución que las imagina* (Hartley:1987:125). Morley lo resume desde otra perspectiva, las audiencias sólo existen en el plano discursivo, lo contrario significaría

estar confundiendo un problema de epistemología con un problema ontológico. Por tanto, conocemos a las audiencias solamente a través de sus discursos (Morley: 1996:257) .

De este modo estaríamos aceptando que la audiencia no es real, es una construcción que hacemos los investigadores. Y que el estudio de sus discursos, implica, primero tratar cuestiones interdisciplinarias de significados e impactos, a partir de las diferencias sociales discursivas.

3.- MODELO Y ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS

En el presente capítulo explico los principales lineamientos metodológicas que sustentaron el diseño final, tanto de mi trabajo de campo como de las actividades de investigación paralelas. Debido a que mi objeto de estudio - el proceso de recepción - interacción entre un referente mediático y sus audiencias - no existe físicamente como un evento, sino que es una práctica social y cultural que se deriva del acto de ir al cine, ritual, o ceremonia vicaria individual y/o colectiva, y que actualmente está inscrita en el marco de un escenario massmediático, fue necesario vincularla a una serie de otras prácticas sociales y culturales, mismas que se tradujeron en categorías analíticas y observables. Algunas de ellas tuvieron que ver con las convenciones personales y culturales de los segmentos de audiencia de mi muestra, los contenidos y propuestas temáticas implícitas en las películas a estudiar, y las diferentes formas de lectura que han estado incidiendo en el consumo de nuevos lenguajes audiovisuales.

Así mismo, el diseño de los artificios metodológicos tuvieron como premisas principales o indicadores de análisis las preguntas que atraviesan el problema central de este trabajo.

Mi camino y estrategias metodológicas se fueron desprendiendo del modelo central de estudio: frente a una propuesta de sentido, dos películas mexicanas contemporáneas, *Amores Perros (2000)* de Alejandro González Iñárritu, e *¡Y tú mamá también!* (2001) de Alfonso Cuarón - y en el marco de un proceso de interacción - recepción ¿qué construcción de sentido surge por parte de las audiencias?.

En este proceso me interesa explicar tres niveles de análisis: un primer nivel, ¿Cómo se da el proceso de recepción en el contexto de apropiación en una situación

inmediata e ideal? ¿Cuál es el perfil de los sujetos - audiencia que están viendo cine mexicano en Guadalajara? ¿Dónde se ve el cine mexicano? ¿Por qué están viendo cine mexicano?; un segundo nivel es aquel relacionado con los usos y gratificaciones que el referente mediático le está proporcionando a su audiencia: esparcimiento, identificación y /o reflexión. ¿Cómo y por qué los segmentos de audiencia de Guadalajara, en medio de una oferta tan dispareja, prefieren también ver cine mexicano? y ¿Qué lectura están haciendo de este, con que fines, y si hay alguna interacción con su propia realidad?; y un tercer nivel que estaría vinculado con el proceso de identificación -negociación de sentido entre el referente y las audiencias. Es decir, investigar ¿Por qué se ve una película con determinado significado? ¿Cómo se ve, y a partir de que posición identitaria? ¿Qué parte se lee de la película? ¿Qué hace el sujeto cuando lo ve, pone distancia para con la película, y lo percibe como lo que es, una representación ficcionada, o bien, lo asume como un vínculo con su propia realidad?. Y finalmente ¿Cómo negocian los segmentos de audiencia sus videncias? ¿Qué pesa en ello, las convenciones culturales, los contextos históricos y sociales de producción de la película, o una moral personal?.

A través de las referencias de los estudios ya mencionados de Enrique Sánchez Ruiz (1991 -1993) sobre el consumo cultural del cine por parte de las audiencias de Guadalajara, las estadísticas sobre consumo de medios realizadas por las instancias periodísticas y las oficiales, y mi historia personal y profesional que me ha permitido estar muy cerca de la vida cultural cinematográfica en esta ciudad, tenía una aproximación del perfil de los sujetos - audiencia, pero era necesario actualizarla y, sobre todo, enfrentarla personalmente. De tal manera, que el primer paso que me planteé, antes que buscar artificios metodológicos o estrategias, fue conocer de frente este estado del fenómeno de la cinevidencia, desde sus propios sujetos, y su manera de vincularse con las películas. No

porque estuviera desplazando la importancia del relato fílmico por encima de la audiencia, sino porque habría que conocer este proceso *in situ.*

La importancia de la observación participativa, tanto al interior de las salas de cine, como en los centros comerciales, donde actualmente se consume y se ve cine, fue clave para el diseño del trabajo de campo.

En una sala de cine a oscuras, estamos individualmente predispuestos a recibir, y por tanto, a percibir y leer las imágenes y sonidos desde nuestra propia mirada personal, no hay interrupciones, estamos sentados cómodamente frente a una mega pantalla, con un sonido de primera (Dolby Stereo y hasta THX), y bajo el embrujo de toda una carga de efectos auditivos y visuales que nos condicionan a estar con nuestro cinco sentidos puestos en el relato que nos están contando. La mayoría de los teóricos con enfoques cognitivos y psicológicos de cine, aluden a que la experiencia de ir al cine es casi la misma que experimentamos cuando soñamos o estamos hipnotizados.

Por ello, era de rigor hacer la observación de las audiencias en el pleno acto de la cinevidencia, porque a través de ésta se pueden registrar las acciones inmediatas frente a una determinada película; reacciones emocionales que se pueden traducir en risas, suspiros, comentarios en voz alta, así como conductas, que en algunos casos pueden ser el abandono de la sala, y ello tiene un significado muy especial. Se puede también levantar nota del tipo de audiencias que asisten a ver una determinada película, así como sus acompañantes, apreciar las reacciones al término de la función, si las personas se quedan en su sitio, en silencio, comentando algo, o bien, si salen de inmediato. El registro del comportamiento que tienen las audiencias al llegar a la taquilla del cine, cómo deciden qué película entrar a ver, qué tipo de audiencia va a los diferentes complejos de cine, y con quienes se suele ir acompañado, o si en su defecto los sujetos – audiencia suelen ir solos.

Estas situaciones y muchas otras, como el comportamiento del cine mexicano en la cartelera de Guadalajara, la recepción de la prensa local, el sentir de los administradores de los complejos de cine frente a la insólita aceptación que el cine nacional estaba teniendo al interior de las audiencias, eran observables que habría que reconsiderar en el esquema global de trabajo. Paralelamente a estas actividades revisé y sistematicé el material de prensa local, nacional e internacional, de las películas en cuestión, lo cual me permitió tener una apreciación cercana de la recepción periodística, para confrontarla con las opiniones de los segmentos de audiencias, y de esta manera tener otros referentes de interpretación. . Seleccioné una filmografía complementaria y temática de cine mexicano, así como algunos títulos extranjeros, que me permitieran, contextualizar y encontrar referentes filmográficos vinculados a los géneros, y temáticas que se están abordando en *Amores Perros e ¡Y tú mamá también!*.

Una vez finalizadas las primeras observaciones y reevaluadas las preguntas rectoras de ésta investigación, elaboré el diseño de las etapas del trabajo de campo, a través de las cuales pude recuperar el material empírico.

3.1.- DISEÑO METODOLÓGICO

Una vez que me di cuenta que aproximarme al terreno de la recepción, como proceso de resignificación y reconstrucción de sentido, y asumiéndome parte de este proceso, en el cual siempre había estado más involucrada con los referentes mediáticos (las películas y sus contenidos), asumí que el primer paso era vincularme con mi sujeto de estudio y su visión sobre las películas seleccionadas, a fin de evitar subjetividades en la selección de los estudios de caso.

Las experiencias en este contexto de estudio, por lo expuesto en el capítulo anterior, me indicaban que los estudios de audiencia están situados en el marco de investigaciones cualitativas, que se sustentan en técnicas tales como la observación participativa, las autobiografías de cine, las entrevistas, las encuestas orales y escritas, y las etnografías.

Para el caso concreto de mi estudio, la opción estadística de otros estudios me documentaron sobre algunos datos a nivel de consumo, como por ejemplo: las preferencias de cine,[43] que en gran medida responden justamente a las políticas de distribución y exhibición cinematográfica que imperan en nuestro país.

Sin embargo, faltaba actualizarlos, de tal manera que a partir de enero del 2000 y hasta el 2004 hice un levantamiento diario de la cartelera cinematográfica en la ciudad de Guadalajara, a fin de tener nuevos registros del comportamiento entre las películas mexicanas exhibidas en la ciudad y la respuesta de la audiencia. Los datos de producción, distribución y exhibición del cine mexicano que reportan las estadísticas mensuales y anuales que realiza la Cámara Nacional de Cinematografía los documenté también como referentes para contextualizar el consumo del cine.[44]

No obstante, estas referencias no ofrecen indicadores de análisis para comprender cómo y por qué los segmentos de audiencia de Guadalajara, en medio de esta oferta tan dispareja, prefieren también ver cine mexicano, y qué videncia están haciendo de éste, con qué fines, y si hay alguna interacción con su propia realidad. O, si por el contrario, el cine mexicano no se ve, y por qué razones.

---

[43].- Las estadísticas en cine que reportaba INEGI en 1998 con respecto a las películas exhibidas según el país de origen indicaban que había un 83.8% de películas estadunidenses contra un 3.9% de películas mexicanas. Y por otro lado, las estadísticas de la Cámara Nacional de Cinematografía que registran las películas más taquilleras de la década de los noventa ubican a las películas *hollywoodenses* en primer orden y al cine de ciencia ficción y acción como los géneros predilectos.

[44].- Consultar ANEXO Núm. V.

Siendo uno de mis objetivos el análisis de la producción discursiva que derive del encuentro entre los sujetos y un referente mediático, era necesario conocer la argumentación de sus opiniones, sus capacidades de expresión, así como las unidades temáticas, las convergencias, las diferencias y las posiciones identitarias. Por ello, una vez que obtuve el perfil sociodemográfico actual y representativo de los sujetos - audiencia, el siguiente abordaje fue conocer más sobre sus contextos personales y buscar la manera de originar una producción discursiva lo más espontánea posible sobre su relación personal con el cine, sus hábitos, cinefilias si las tuvieran, y sobre todo sus memorias personales.

Frente a estas necesidades de investigación, me planteé como siguiente paso retomar parte de la muestra del primer grupo de audiencias y trabajar las entrevistas semiestructuradas.

Un observable más para integrar a los datos empíricos del trabajo de campo, fue cruzar esta información con el contexto histórico en el que se estaba dando la exhibición del cine mexicano, tanto a nivel local como nacional. De esta manera podría explicar por qué los contextos históricos y sociales de producción de una película también determinan la buena o mala recepción que ésta tenga por parte de su audiencia.

A lo largo de este período de la investigación se suscitaron dos ejemplos que reflejan esta situación. El primero fue a finales de 1999, con la película de *La ley de Herodes* (1999) de Luis Estrada, cuya exhibición fue censurada por las propias instancias que la produjeron (IMCINE) debido a que se estaba en pleno período pre electoral, y el contenido de la misma vertía una severa crítica, al hasta entonces partido en el poder de México, el PRI. No obstante ello, el director y colegas levantaron una fuerte campaña de protesta, misma que tuvo éxito, y la película logró exhibirse a nivel nacional en las salas de

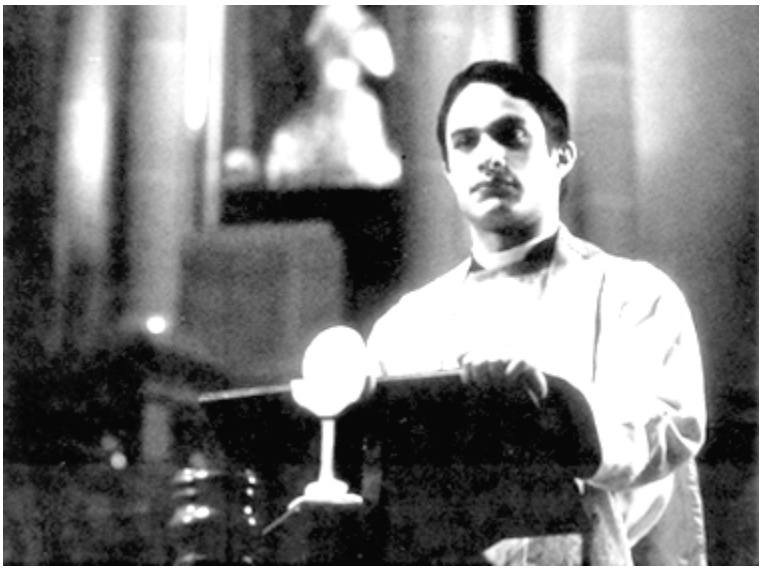
cine comerciales a partir de febrero del 2000.[45] Me pregunto si la respuesta de las audiencias hubiera sido la misma en otro contexto, por ejemplo un contexto de consenso político, o si la película se hubiera exhibido hasta después del 2 de julio del 2000.

Reparto completo de la película *La ley de Herodes*

Otro ejemplo, ligado a cuestiones de carácter religioso, fue la intempestiva y escandalosa ola de denuncias y demandas por parte de organismos de ultraderecha, Pro Vida, Católicos Unidos por México, La Voz de los jóvenes mexicanos, y la Unión de Padres de Familia, entre otros grupos ultraderchistas, además del obispo de San Cristóbal de las Casas, Felipe Arizmendi Ezquivel, el cardenal de Guadalajara, Juan Sandoval Iñiguez; el arzobispo primado de México, Norberto Rivera, el presidente de la Conferencia

[45].- En Guadalajara *La Ley de Herodes* se exhibió consecutivamente por siete semanas en los complejos de cine más importantes, y además tuvo una muy buena acogida por parte de la prensa local, incluso el diario *Público,* en vinculación con los Cinépolis del Centro Magno, convocaron a una función privada donde los invitados especiales eran representantes de los diferentes partidos políticos, a quienes al final se les cuestionaron sus puntos de vista en relación a las críticas contundentes que la película hace sobre el PRI.

del Episcopado Mexicano, Luis Morales Reyes, y hasta los senadores panistas Diego Fernández de Cevallos y Carlos Medina Plasencia, en contra de la película *El crimen del Padre Amaro* (2002) de Carlos Carrera, prevista para exhibirse comercialmente y a nivel nacional el 16 de agosto del 2002.[46]



Gael García Bernal en el papel de el Padre Amaro

El exabrupto en todos los medios y las denuncias en contra, incluso de la Secretaria de Gobernación y CONACULTA, no impidieron que, *la película perturbadora y que atacaba y faltaba al respeto a la fé católica*, se estrenará con salida de 400 copias, un caso insólito en la historia del reciente cine mexicano, en más de 300 salas de cine del país, y que además recabara en su primer fin de semana, más de 30 millones de pesos. Definitivamente esta campaña favoreció de manera excepcional e incluso inesperada a los productores de la película, porque las audiencias fueron a verla por la prohibición, la

[46].- El guión escrito por Vicente Leñero, es una versión libre de la novela homónima del escritor portugués, José María Eca de Queiroz, escrita en 1874, y narra la historia de un joven cura.

curiosidad y el morbo. Pero lo más alarmante es que de no haber estado de por medio los escándalos públicos de los sacerdotes pederastas, la reciente estancia del Papa en México, y la canonización de Juan Diego, tal vez la controversia y las medidas inquisitorias del gabinete foxista no hubieran llegado a estos extremos.

En suma, este tipo de relaciones del objeto de estudio con otros hechos sociales nos permiten advertir que la producción de sentido con respecto a una película no se puede considerar como una práctica aislada de las condiciones históricas de producción y de consumo.

Estudiar este proceso de recepción en el espacio y el momento real significó también una respuesta metodológica particular que me permitió examinar la dinámica de la acción de las audiencias, de manera más directa.

Decidí entonces continuar el esquema de observación y aproximación de manera directa, y una vez analizados los primeros resultados de la encuesta oral y escrita, valoré el seguimiento de una u otra técnica, en función de los interrogantes a reconocer. Desde el principio de la investigación tenía pensado trabajar con el artificio de los "grupos de discusión", inspirada en gran parte por el trabajo de Norma Iglesias, ya mencionado en el capítulo *Cine, recepción y audiencias*, y por otros recientes estudios que se han hecho, pensando encontrar voces diferenciadas, pero ligadas a categorías referenciales que delimitan los actos, posturas, y por tanto la construcción discursiva de los participantes. Sin embargo, a la producción discursiva que derivó de esta práctica, le harían falta referentes personales, sociales y culturales puntuales, mismos que solamente vía las entrevistas se podían recoger. De tal manera, y por recomendación de mi tutor, decidí primero elaborar un guión de entrevista y posteriormente diseñar los "grupos de discusión".

A continuación paso a relatar, primero cómo seleccioné las dos películas que son los estudios de caso, y como fui construyendo y desarrollando mi muestra de sujetos - audiencia, mis métodos y cómo de aquí se fueron desprendiendo incluso los estudios de caso.

La segunda etapa de trabajo, ligada a un segundo nivel de indagación; los usos y gratificaciones sociales que aporta un referente mediático a las audiencias, lo abordé a través de las entrevistas semiestructuradas. Trabajé, como ya lo mencioné en párrafos atrás, con parte de los sujetos - audiencia que ya habían participado en la primera etapa.

De este segundo encuentro con los sujetos - audiencia, se desprendió también la segunda propuesta de sentido, debido a que en todas las entrevistas, de manera espontánea, y reiterada, salía a colación la película *¡Y tú mamá también!*. Cada informante se refirió a ella de manera muy diferente, pero siempre en tono de aceptación o rechazo, lo cual evidenciaba una diferencia de posturas muy interesante.

Para seleccionar las películas lo que me pareció relevante fueron las diferencias, narrativas, temáticas y estilísticas de ambas propuestas que conllevan aspectos dignos de considerarse para su estudio como unidades temáticas. Por un lado, ambas son representativas de la nueva manera en que se está produciendo, distribuyendo y exhibiendo el cine mexicano de finales de los noventa y principios del siglo XXI: participación de productoras extranjeras (Alta Vista y Century Fox); temas actuales ligados a problemáticas sociales que atañen a un sector juvenil; dominan géneros y fórmulas apegados a las tradiciones fílmicas de nuestra cinematografía, como el melodrama y buena dosis de folclorismo; diseño de monumentales campañas mercadotécnicas al estilo estadunidense, y

el reconocimiento internacional de exhibidores, distribuidores y prensa.[47] Así mismo, y en cuanto a contenido se refiere, ambas tocan dos temas que atraviesan la identidad del mexicano: los valores familiares y el machismo en sus diferentes derivaciones. Cada propuesta los desarrolla y los representa de manera diferente, pero al final de cuentas, el mensaje logra remover las partes vulnerables del sentir mexicano.

3.2.- CONSTRUCCIÓN Y DISEÑO DE LA MUESTRA DE AUDIENCIAS

Cuando inicié este proyecto, buscaba que mis sujetos de estudio constituyeran una muestra lo más heterogénea posible, a fin de tener materiales para una interpretación divergente. Sin embargo, desde el principio los segmentos de audiencia con los que trabajé fueron jóvenes, y hasta la fecha siguen siendo las audiencias cautivas que están viendo cine mexicano. Por otro lado, una vez revisadas las encuestas orales en la primera etapa de trabajo de campo, corroboré que sus respuestas y comentarios estaban mucho más cargados de diversidad discursiva, y eso hacía la construcción de sentido mucho más relevante. En las entrevistas a profundidad y en los grupos de discusión la muestra fue más equitativa en cuanto a rangos de edad se refiere.

Tuve serios problemas en la segunda y tercera etapa de trabajo, primero para la localización de los sujetos que previamente había seleccionado, y después para la concertación y confirmación de su asistencia, tanto a las citas de las entrevistas, como a las sesiones de "grupos de discusión".

El universo de estudio de audiencias con las que trabajé a lo largo de dos años fue de 206 personas que viven en la ciudad de Guadalajara, de entre los cuales 164 son mujeres

[47].- En el ámbito de la literatura anglosajona sobre cine mexicano se dio un caso inédito, para el año 2003 el Instituto Británico de Cine, mismo que tiene una cuantiosa y reconocida colección sobre cine Latinoamericano, editó el libro *Amores Perros,* de Paul Julian Smith.

y 92 hombres de 17 a 56 años, de diferentes sectores sociales y niveles educativos, en tres momentos; primero de julio a octubre del 2000, posteriormente de junio a octubre del 2001, y la última etapa de febrero a septiembre del 2002.

Perfil de los informantes a quienes se aplicaron las encuestas orales y escritas:

EDAD (de un total de 164 sujetos)
18 a 20 años: **70**
21 a 25 años: **82**
26 a 35: **5**
36 a 45: **4**
46 a 55: **3**

GÉNERO (de un total de 164 sujetos)
Mujeres: **96**
Hombres: 68

ESCOLARIDAD (de un total de 161 sujetos)
Secundaria: **4**
Preparatoria: **35**
Licenciatura: **117**
Posgrados: **2**

ESTRATO SOCIAL (de un total de 164 sujetos)
Medio/alto: **80**
Medio: **63**
Medio bajo: **21**
Bajo:

Perfil de las audiencias que participaron en las entrevistas semiestructuradas.

ENTREVISTAS 20

Género**:** Mujeres = **9** Hombres = **11**	Escolaridad
Edad	Secundaria = **2**
20-22 = **6**	Preparatoria = **5**
26-29 = **8**	Licenciatura = **11**

39-52 = **6**	Posgrado = **2**
Estrato social	
Medio alto = **4**	
Medio = **2**	
Medio bajo = **7**	
Bajo = **7**	

Muestra de Entrevistados Hombres

SUJETO	EDAD	AÑO DE NACIMIENTO	ESTRATO SOCIAL	ESTADO CIVIL	OCUPACIÓN	CLAVE DE IDENTIFICACIÓN
José Carlos 1	**18 años**	**1984**	**Bajo**	**Casado**	**Mecánico**	**E-H -1**
Leobardo 2	**18 años**	**1984**	**Bajo**	**Soltero**	**Estudiante/vendedor en la calle**	**E-H - 2**
José Alberto 3	**20 años**	**1982**	**Alto**	**Soltero**	**Estudiante del TEC de Monterrey**	**E-H - 3**
Fernando 4	**22 años**	**1980**	**Medio**	**Soltero**	**Estudiante de la UNIVA**	**E-H - 4**
Pedro 5	**26 años**	**1976**	**Medio bajo**	**Soltero**	**Estudiante de Historia UdeG**	**E-H - 5**
Francisco 6	**26 años**	**1976**	**Bajo**	**Soltero**	**Trabajador ambulante**	**E-H - 6**
Luis Alberto 7	**28 años**	**1974**	**Bajo**	**Soltero**	**Estudiante de Historia UdeG**	**E-H - 7**
Javier 8	**28 años**	**1974**	**Medio bajo**	**Soltero**	**Estudiante de Historia UdeG**	**E-H - 8**
Arturo 9	**39 años**	**1963**	**Medio alto**	**Casado**	**Académico del CINVESTAB**	**E-H - 9**
Robert 10	**39 años**	**1963**	**Medio**	**soltero**	**Académico de UdeG**	**E-H -10**
jesús 11	**39 años**	**1963**	**Bajo**	**Casado**	**Lavacoches y mesero**	**E-H -11**
Sacramento 12	**49 años**	**1953**	**Bajo**	**Casado**	**Trabajador en el mercado de Abastos**	**E-H - 12**

Muestra de Entrevistados Mujeres

SUJETO	EDAD	AÑO DE NACIMIENTO	ESTRATO SOCIAL	ESTADO CIVIL	OCUPACIÓN	CLAVE DE IDENTIFICACIÓN
Guadalupe 13	18 años	1984	Bajo	Divorciada	Trabajadora doméstica	E- M – 13
Karla 14	20 años	1982	Bajo	Soltera	Estudiante del Centro de Artes Audiovisuales	E- M – 14
Patricia 15	21 años	1981	Medio	Soltera	Estudiante del Centro de Artes Audiovisuales	E- M – 15
Ana 16	26 años	1976	Medio bajo	Soltera	Estudiante del Centro de artes Audiovisuales	E- M – 16
Mónica 17	27 años	1975	Medio bajo	Soltera	Estudiante de Historia UdeG	E- M –17
Berenice 18	27 años	1975	Medio bajo	Soltera	Estudiante de Historia UdeG	E- M – 18
Mercedes 19	42 años	1960	Medio bajo	Divorciada	Trabajadora en la UdeG	E – M –19
Guadalupe 20	52 años	1950	Medio alto	Casada	Trabajadora en SIGNOS	E – M - 20

Para la construcción de los grupos de discusión seleccioné miembros que permitieran contrastar diferentes producciones discursivas, sobre una misma película, y quizá diferentes temas, según fluyera la discusión al interior del grupo.

Recurrí a algunos de los participantes en las etapas anteriores, a fin de tener referencias individuales, mismas que sirvieron para hacer el análisis de la producción discursiva.

GRUPOS DE DISCUSIÓN 22

Género: Mujeres = **9** Hombres = **13**	Escolaridad
Edad	Licenciatura = **13**
20-27 = **6**	Preparatoria = **6**
30-42 = **6** 17 – 19 **– 10**	Secundaria = **2**
Estrato social	Primaria = **1**
Medio alto = **1**	
Medio = **11**	
Medio bajo = **4**	
Bajo = **6**	

Los principales criterios de selección fueron: edad, generación, nivel socioeconómico y educativo. La categoría referencial de género no era determinante para homologar los grupos, por el contrario me interesaba combinar en cada grupo, sujetos de ambos géneros.

Sin embargo, en las encuestas orales, las entrevistas y los grupos de discusión prevaleció un discurso de género diferenciado.

El concepto de generación lo conformé a partir de los años de nacimiento y la coincidencia en las edades, así como a la identificación con la contemporaneidad.

Edad y generación se refiere a sujetos mayores de 25 años y hasta 40, quienes por ciclos de vida, generación y convenciones culturales fueron personas que han estado marcadas por los reacomodos políticos del país, sobre todo los de la década de los 80`, contaran con experiencia laboral, con experiencia de pareja, muy probablemente fueran

padres de familia. En cuanto a sus prácticas culturales, sobre todo aquellas relacionadas con las actividades de entretenimiento, donde entra el cine y la televisión, a esta generación le tocó vivir la entrada fulminante del video, los telecables y, la etapa transitiva de finales de los setenta y ochenta del cine mexicano, misma en la que las tendencias, temáticas, actores, formas de distribución y exhibición se modificaron.

Los sujetos menores de 30 años, jóvenes entre 18 y 25 años, pertenecen a una generación de finales de los setenta y mediados de los ochenta, marcada por la caída de paradigmas y a quienes les ha tocado vivir en el marco de sucesivas crisis económicas, poca experiencia laboral, crisis de desempleo y pocas oportunidades de terminar sus estudios de educación media - básica.[48]

En relación a las prácticas culturales, este segmento de edad pertenecen a la llamada generación de los hijos del "boom del lenguaje audiovisual", porque nacieron viendo televisión como parte de la cotidianidad, su primer experiencia con el cine a lo mejor fue a través de la TV y no en una sala de cine. Su cultura cinematográfica está mas ligada a los modelos del cine *hollywoodense* que ven en la TV, y para el caso de su relación con el cine mexicano, les ha tocado ver el despunte del llamado "Nuevo Cine Mexicano" de mediados de la década de los noventa.

[48].- De la población total mexicana, los jóvenes de entre 18 y 25 años corresponden a un 36.8 %, para 2004, solamente el 24.7 % de los comprendidos en este segmento habían logrado seguir sus estudios de preparatoria. Un dato que destaca esta situación es que el 52.9% de los jóvenes abandonan sus estudios, debido a que tienen que satisfacer una necesidad material. A nivel económico, los jóvenes también representan un segmento social sumamente importante, son el 50% d e la población económicamente activa.
En el estado de Jalisco, de los 6.2 millones de habitantes, 2.2 son jóvenes, es decir, que representan una tercera parte de la población estatal. Cfr, en Encuesta Nacional de la Juventud (2000).

3.3.- UNA APROXIMACIÓN ABIERTA PARA LA CONSTRUCCIÓN DEL PERFIL DE LAS AUDIENCIAS

Un primer desafío metodológico fue optar por realizar el estudio de caso exploratorio que llevé a cabo con la audiencia tapatía a través de la aplicación de 164 encuestas orales y escritas, previo a un diseño metodológico totalmente acabado.[49] Sin embargo, pesó en mi más la certeza de que el fenómeno socio cultural en el que se estaba convirtiendo la película *Amores Perros* en el verano del año 2000 sería irrepetible, y decidí armar una estrategia práctica de estudio que me permitiera conocer lo siguiente: el contexto de apropiación de sentido que se estaba dando entre esta película mexicana y su audiencia; el perfil de las audiencias que actualmente estaban viendo cine mexicano en las salas de cine, y la manera en que los sujetos estaban interpretando estas nuevas propuestas de sentido que ofrece el cine mexicano.

Así mismo, me interesaba analizar por qué la película *Amores Perros* fue vista e interpretada desde visiones diferentes, según el contexto social e identitario desde el cual están ubicados los segmentos de audiencias. Estos observables me permitieron abrir una veta de estudio sobre la relevancia de inscribir cada situación de recepción en relación a audiencias y contextos específicos, y en todo caso, poder explicar si a través de las nuevas propuestas temáticas, narrativas y estilísticas del cine mexicano actual, las audiencias están reconociendo nuevos valores sociales, morales o culturales, o simplemente se están reforzando los valores de antaño. Identificar cuáles son los mecanismos que han favorecido la recuperación de públicos cautivos, a la vez que conocer al tipo de audiencia que se está identificando con él y los subtemas que hay detrás de este "boom" del cine mexicano.

---

[49].- En realidad apliqué 260 encuestas, entre orales y escritas, pero se dieron dos situaciones, que de alguna manera afectaron y me hicieron reducir la muestra. Por un lado, que no todos los informantes completaron los datos referenciales, y al momento de hacer la lectura por cada categoría referencial, se alteraban los datos, y segundo, que se extraviaron de mi oficina 60 encuestas escritas, y no hubo manera de recuperar este material.

El diseño de la encuesta recoge primero los datos referenciales de los informantes: nombre, dirección, género, edad, escolaridad, situación laboral y fecha en la que habían visto la película. (Consultar el guión de la encuesta escrita en Anexo Núm. II)

El domicilio o colonia me permitió ubicar geográficamente a los informante, y ello fue una buen referente para deducir el estrato social al que pertenecían. Así mismo, el registro de los salarios de aquellos que reportaban dicha entrada, fueron la base para establecer los rangos de estratos social, mismos que guardan una correspondencia con los parámetros que maneja INEGI, para nominar los diferentes niveles de los estratos. En el caso de aquellos sujetos –jóvenes –estudiantes, que no reportaron salario alguno, deduje su estratificación social, a partir de otros datos, tales como la Institución en la que se encontraban estudiando. Los datos geográficos y de pertenencia institucional me ayudaron a delimitar también algunas prácticas culturales de las audiencias tapatías. A decir de dos estudiosos de la recepción en el campo de la comunicación, García Canclini y Paccini: *el territorio, facilita o impide la interacción variada de la audiencia con diversas actividades culturales y medios de comunicación* (1990:54). Y los datos de teléfono u otro medio de localización, me fueron de gran ayuda, ya que a través de ellos pude contactar a los segmentos de audiencia que seleccioné para la segunda etapa de trabajo.

La edad me marcó límites específicos para comprender mejor el tipo de interacción que se entabla con un referente mediático. Y es un dato que marca generaciones, y que fue otro indicador para comprobar, si los segmentos de audiencia tapatías que consumen cine mexicano contemporáneo, perfiladas en un público joven de entre 18 y 25 años sigue vigente. Este fue un indicador muy importante para indagar las posibles causas por las que los sujetos se identifican con un determinado relato o personaje, y lo que significa ello en relación al tipo de cine que se está produciendo.

El sexo me permitió hacer posibles deducciones de gusto, juicios y preferencias según el género. En un principio, y como ya lo había mencionado, no era mi intención construir los grupos participes para recoger diferencias de género a nivel de la producción discursiva. Sin embargo, considero que el haber hecho una lectura por categorías referenciales de manera particular, me ayudó a identificar las diferencias en la resignificación y la producción de sentido según el género. Utilizar metodológicamente esta categoría significa concebirla como un elemento constitutivo de las relaciones sociales basadas en las diferencias que distinguen a los sexos. A decir de una de las pioneras en la teoría de los estudios de género Joan Scott: *las diferencias que distinguen a los sexos no tienen una explicación última en las diferencias meramente biológicas, como se había manejado hasta hace unas décadas, sino en aquellas socio –culturales* (1996:289). De tal suerte que, en el acto de cinevidencia y en la producción de sentido que se da frente a una propuesta fílmica, las diferencias responderán así mismo a una construcción social.

No fue fortuito por tanto, que las mujeres fueran las que resaltarán en sus apreciaciones y producción discursiva las marcadas diferencias con las que están construidos los personajes femeninos y masculinos en las dos películas analizadas.

La escolaridad me indicó, no solamente el nivel de estudios de las audiencias, sino también datos sobre sus posiciones identitarias y prácticas culturales, así como el papel que juegan las instituciones a las que pertenecen en la producción del sentido que le dan a: la historia, el relato, los personajes y la trama de la película que se está investigando.

La fecha es un referente temporal importante para conocer qué diferencias de opinión y juicios surgen en el tiempo transcurrido de cuando se vió la película y cuando se respondió la encuesta. Este dato me permitió elaborar posibles supuestos sobre, si realmente la película, su contenido y su mensaje dejaron una huella particular en los

segmentos de audiencia, o por el contrario, no significó sino una ola de influencia y moda por el momento en que se exhibió la película y las "comunidades de interpretación" (comentarios de los amigos, charlas en las reuniones, notas de la prensa).

Las preguntas centrales fueron nueve, la mayoría de ellas abiertas a fin de identificar los siguientes aspectos: comprobar si el impacto que tuvo la película en el público fue debido a la campaña publicitaria o por ser una película mexicano; la relación que los segmentos de audiencia establecieron con la estructura narrativa y los personajes de cada una de las historias; cuáles fueron sus personajes con los que más se identificaron; si tuvieron dificultad o no para seguir la línea narrativa de tres historias en una, su opinión con respecto a la manera en que se representa la sociedad mexicana a través de la película.

Dicha encuesta se aplicó primero a las salidas de varios cines de la ciudad, con poco éxito ya que la mayoría de las personas se negaban a cooperar y, a decir verdad, no era éste el momento idóneo ya que salían realmente excitadas o muy emocionadas. De tal manera, que opté en estos casos por la técnica de la encuesta oral, recurso que se presta más a respuestas cortas, pero espontáneas, tales como: *"Chalé, que gruesa película, esta si te toca todas las vibras, la neta que si me gustó*" (joven de 18 años), "*Me gustó mucho, pero tengo que digerirla, no me esperaba esto del cine mexicano*" (una señora de 40 años acompañada de su marido).

Posteriormente apliqué la encuesta en los centros comerciales y plazas públicas de diferentes sectores de la ciudad. El Centro Magno, plaza de diversiones con bares, restaurants, 19 salas de cine, cuatro discoteques y numerosos comercios, es un espacio público que a partir de su fundación en diciembre de 1999, se ha convertido en el lugar de encuentro de las juventudes tapatías de clase media y media alta. Dicho centro está ubicado en una zona que cruza los ejes principales de la ciudad (Av. Vallarta y Av. López

Mateos) y colinda con diferentes colonias. En la Plaza San Isidro, centro comercial, de diversiones y con salas de cine ubicado en el lado oriente de la ciudad donde se localizan varias colonias populares. En la Plaza Tapatía, lugar público y abierto, ubicada en el centro de la ciudad donde se dan cita la mayoría de los sectores populares para pasear, comer y presenciar todo tipo de espectáculos callejeros que suelen presentarse. En la plaza principal del Barrio de Analco, y en la plaza central del Barrio de Santa Cecilia, ambos barrios populares. La dinámica que se realizó en estas plazas y centros comerciales fue preguntar a las personas si habían visto la película y después si querían contestar a una encuesta. La mayoría de las personas que accedieron a responder lo hicieron de muy buena manera y al momento de estar respondiendo se tomaban su tiempo (10 a 15 minutos), e incluso algunos se detenían a hacer memoria sobre nombres de los personajes, o bien, repensar lo que estaban escribiendo.

También apliqué la encuesta a diferentes grupos de estudiantes de la carrera de Comunicación y Artes Visuales de tres instituciones de educación superior; Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Occidente – ITESO- , Centro de Artes Audiovisuales e Instituto Tecnológico de Monterrey.[50]

Una vez realizadas las encuestas se hicieron dos vaciados de información, uno general en donde se hizo un levantamiento total con las respuestas, y otro diferenciando las categorías referenciales. La primera lectura me ayudó a extraer respuestas análogas, o diferenciadas, de aquellas respuestas abiertas. Para el caso del vaciado de las preguntas cerradas, se hicieron columnas comparativas y se cuantificaron los totales. La segunda estratificación fue por categorías referenciales particulares, misma que pretendía ubicar

[50].- Estas Instituciones son Universidades privadas, y son las que ofrecen las mejores opciones en la carrera de Ciencias de la Comunicación.

posibles influencias en el proceso de recepción de la película según las mismas, ya que éstas son determinantes porque intervienen e influyen en la manera de ver e interpretar una película. La mayoría de los encuestados fueron hombres y mujeres de entre 18 a 25 años, con una formación de licenciatura y hasta preparatoria, y fueron también en su mayoría hombres y mujeres de la clase media, en un porcentaje menor de clase media y media baja.

A partir de este primer acercamiento pude comprobar que el momento ideal de abordaje con las audiencias es en un café después de haber visto la película, porque la gente suele relajarse y está con mayor disposición al diálogo. Arribar a las personas con preguntas, inmediatamente después de haber visto una película resulta una estrategia agresiva e inoportuna, ya que éstas apenas están asimilando lo que vieron. Abordar al público tiempo después de haber visto la película, puede tener sus límites, tal vez ya no se recuerdan nombres, hechos, o no saben identificar en que momento pasó tal secuencia que es clave. Sin embargo, el tiempo transcurrido entre el momento de haber visto la película y el momento de reactivar su memoria para volver a reconstruir el relato o vincular hechos, puede ser un indicador relevante para explicar qué gratificación le proporcionó, y cómo vinculó los hechos ficticios de un relato fílmico con su realidad. O por el contrario, corroborar que transcurrido un tiempo, la película no dejó ninguna huella en la memoria del sujeto.

También pude advertir que si se decide aplicar encuestas escritas, éstas sirven como un referente de estudio a través del cual puede uno regresar cuantas veces sea necesario para corroborar la opinión de los miembros de la audiencia, hacer comparaciones con respuestas similares, o totalmente contrarias. Así mismo, es importante el diseño y la construcción de las preguntas a fin de activar o declinar una respuesta bien articulada y pensada, y ello nos permite tener varias opciones de conocimiento, acceso a las opiniones

y declaraciones conscientes de las personas encuestadas, y acceso a los términos y a las categorías linguísticas. Recordemos que si la audiencia es una construcción, el plano discursivo es un elemento clave para acercarnos a ella y poderla estudiar.

3.4.- APORTES Y LIMITES DE LAS ENTREVISTAS SEMIESTRUCTURADAS

La segunda etapa de trabajo se llevó a cabo a partir de agosto y hasta principios de noviembre del 2001.Y consistió en la elaboración y aplicación de entrevistas semi estructuradas, con el fin de reconocer los usos y gratificaciones que el referente mediático le está proporcionando a sus audiencias. [51]

En esta etapa fue prioridad identificar algunos observables que están presentes en el proceso de recepción - interacción: ¿Cómo se interpreta el referente mediático? ¿Qué parte de este se interpreta? ¿A través de qué relatos los sujetos hacen suyas las propuestas de sentido? esto último a fin de poder conectar el relato con la realidad de las audiencias y su memoria histórica. Así como reconocer de manera más profunda la resignificación que se está haciendo del nuevo cine mexicano, y los relatos que de ello se pueden desprender para poder reconocer las diferencias o las convergencias.

El objetivo de realizar entrevistas a profundidad me sirvió también para poder analizar algunas de las características distintivas (categorías referenciales) que se derivarán de los discursos producidos por los informantes.

Margaret Honey (1987) señala que las entrevistas tienen tres características principales:

[51].- Derivación teórica de los usos sociales que tiene un referente mediático y que tiene su mejor explicación y desarrollo en la vertiente académica latinoamericana (Jesús Martín Barbero y Guillermo Orozco), o el modelo que presenta Jensen desde la semiótica de la comunicación.

1) una entrevista tiene un principio y un fin y constituye más que una simple oración, es una historia en torno a un tema o sobre la identidad del informante;
2) la entrevista es un género específico, guiada por reglas y convenciones;
3) en la entrevista puede identificarse un estilo, que se da en la interacción entre el entrevistado y el entrevistador.

La autora también advierte que la entrevista no es una simple conversación, sino un texto hablado en donde su sentido no se encuentra en el acontecimiento mismo del discurso debido a cuatro razones (1987:80):

1) La relación entre dos personas se da en posiciones desiguales, al asumir el entrevistador el poder al dirigir mediante preguntas su desarrollo.

2) La entrevista es un proceso en donde al informante se le interroga en torno a referencias no inmediatas, se le pide reflexionar y proporcionar sus significados más allá de su realidad inmediata, de su aquí y ahora.

3) Durante el proceso de la entrevista, no hay una coincidencia entre lo que dice el entrevistado y lo que esto significa. El entrevistador se guía durante la entrevista con la dialéctica entre creer y desconfiar.

4) La entrevista es un discurso trabajado debido a problemas implícitos en su tránsito entre lo hablado y la palabra escrita. El entrevistador se distancia de la entrevista durante el trabajo de interpretación, recuperando los sentidos del "autor" a la luz de un marco teórico que va más allá de la interlocución de una conversación cotidiana.

Considero que cada uno de estas razones prioritarias hacen de la entrevista un entramado de significados que imponen al mismo tiempo, una fuerte carga de subjetividad y poder por parte del investigador, misma que se puede mediatizar a través de un fiel seguimiento de los temas y objetivos centrales de la entrevista y sus interrogantes.

Pierre Bourdieu a propósito de cuáles son las "situaciones ideales de comunicación" en una entrevista, nos advierte de manera muy honesta que: *esta práctica no halla su expresión adecuada en las prescripciones de una metodología a menudo más cientificista que científica..... por ello es indispensable tratar de explicitar las intenciones y los procedimientos que se ponen en práctica* (1999:527).

David Morley opina que las audiencias sólo existen en el plano discursivo, y por tanto defiende también la técnica de las entrevistas porque a través de ésta tenemos varias opciones de conocimiento: *permite que la investigación tenga acceso a las opiniones y declaraciones conscientes de las personas encuestadas, nos da acceso a los términos y a las categorías linguísticas, a través de las cuales las personas entrevistadas construyen sus mundos y la propia comprensión de sus actividades* (Morley:1996:261).

El guión de la entrevista lo estructuré en cinco secciones: hábitos de consumo de cine; recepción del cine mexicano, memoria y evocaciones para con *Amores Perros* después de transcurrido un año, y una serie de preguntas directas para conocer los temas preferidos y no preferidos del cine mexicano, y si hay una identificación con la realidad del informante. Cada una de las secciones derivó en una serie de preguntas ligadas entre sí, y previstas para llevarse en un orden temático. Sin embargo, al momento de su aplicación se fueron respondiendo a veces sin orden, pero eso a la larga resultó más revelador y significativo, tanto para hacer la sistematización de información y primera lectura de las transcripciones, como para poder identificar los indicadores temáticos. Para luego derivar constantes, contradicciones, así como nuevas preguntas a indagar.[52]

[52].- Consultar Anexo II para el guión de la entrevista.

A través de la primera sección de hábitos de consumo del cine, buscaba encontrar los siguientes indicadores: las posibles tipologías de públicos, los escenarios donde las audiencias se relacionan con el referente mediático (dónde ven el cine, la frecuencia con la que los sujetos - audiencias van al cine, por qué prefieren ir al cine más que rentar una película o verla en casa); cuáles son las comunidades de interpretación (los lugares donde se comentan las películas y con quienes las comentan); qué referencias externas y otras prácticas culturales ayudan a dar sentido a la lectura de una película (lectura de reseñas y críticas, consultas en internet, recomendaciones de amigos o familiares, cuáles son sus preferencias cinematográficas, cine hollywoodense, europeo, mexicano, géneros); qué gratificación les ofrece el cine que ven, el valor social que el cine ha tenido en sus vidas personales, y qué tipo de recuerdos guardan en su memoria con respecto al cine (historias, evocaciones, relatos).

A partir de los relatos, historias, evocaciones y respuestas que expresaron los segmentos de audiencias, pude desprender algunos observables claves para estudiar y construir a las audiencias: los escenarios donde las audiencias se interrelacionan con el referente mediático, dónde ven las películas, en las salas de cine, o en su casa. Una u otra opción situacional motiva una respuesta muy diferente. Ver una película en una sala de cine implica toda una serie de rituales que no tienen punto de comparación con ver una película en casa.

Otro observable significativo fue verificar con quién se va al cine, no obstante que la interacción entre una película y el sujeto - audiencia en la sala de cine sea individual - de ello depende nuestra disposición para recibir, ver e interpretar la película, durante y después de la función- es muy común que durante la proyección hagamos preguntas o comentarios que ayudan, o bien a comprender algún detalle del relato, o bien a reafirmar nuestro

sentido de comprensión. Sin embargo, puede ser que dependiendo de con quién vayamos, nos predisponga a cohibirnos de alguna exclamación o comentario durante o después de la proyección. El hecho de ir solos al cine nos aparta de todas estas acciones comunicativas durante y después de haber visto una película.

Los resultados de esta sección fueron claves para teorizar sobre el proceso de recepción - interacción entre un referente mediático y sus audiencias, como una práctica social y cultural que se deriva de una actividad de ocio.

Las tipologías de audiencia están ligadas a diferentes factores; la frecuencia con la que se va al cine, por qué se ve cine en las salas de cine, por qué ir al cine es una afición o una pasión, las preferencias cinematográficas o bien, por qué para algunos ir al cine es una mera distracción, un escape de la rutina, o una excusa para salir con la pareja o con los amigos.[53] Así como también a las categorías referenciales de edad, escolaridad y estrato social.

De esta sección derivaron indicadores de análisis que me permitieron revalorar y explicar, acerca de si la asistencia al cine, sigue siendo una actividad central en medio de otras ofertas culturales, o bien ha pasado a ser una actividad secundaria o marginal en un contexto audiovisual ampliamente homogenizado por otros referentes mediáticos. De aquí la importancia de rescatar a través de la entrevistas referencias personales para poder cruzar los testimonios y los hechos relatados con el contexto desde el cual los sujetos construyen sus relatos.

---

[53].- Cfr. en el estudio realizado en Sevilla, Madrid y Barcelona,"Mujeres y niños: las audiencias familiares en los primeros cinematógrafos españoles" por Begoña Soto Vázquez (2000), y que formó parte de las ponencias que se presentaron en el marco del Congreso de "EL cine y sus públicos", organizado por el Mueso de Cine de Girona en el 2000, la autora señala que:"El concepto de ocio guarda una dependencia complementaria con el concepto de trabajo. Por tanto, el ocio se debe vincular a un status económico y con él a una actividad social perfectamente sincronizada, estratificada y programada".

Otra sección estaba circunscrita a las preferencias para con el cine mexicano, tanto de películas, actores, así como géneros, a fin de poder deducir si realmente existen preferencias generacionales, constatar si han visto el nuevo Cine Mexicano y por qué les gusta o no les gusta, a qué adjudican el *boom* del mismo, y sobre todo abrir la discusión sobre temas concretos que se están manifestando a través de las más recientes películas.

Estos recuerdos ligados a historias personales, relatos y evocaciones son parte de toda una educación sentimental, que el cine por generaciones ha compartido culturalmente. Para el caso del cine mexicano, el cine de la "época de oro" se ha convertido en parte sustancial del ámbito familiar de muy diversas generaciones.

Por referencias bibliográficas y estudios recientes (Gómez: 2003), se ha podido corroborar que a la fecha hay actores y actrices que siguen presentes en el imaginario colectivo, no obstante la irrupción de nuevas tendencias y rostros del celuloide. Esta parte es sustancial para poder sondear si en los sujetos audiencia estas construcciones siguen presentes, o bien, cómo el cine actual ha venido, no a sustituirlas, pero si a reactivarlas a través de nuevas representaciones temáticas y narrativas.

De esta sección derivé indicadores sobre lo que pasa con aquellos que no ven cine mexicano. ¿Se deberá a que son adictos a las películas *hollywoodenses*, sobre todo a las de acción, o las comedias simplonas que nos hacen pasar un rato divertido sin complicarnos la existencia, o hay otra razón? ¿Detestan el cine mexicano, por malinchistas? ¿Porque lo que han visto ha sido muy malo? ¿Porque las más recientes películas nos están mostrando realidades crudas e incómodas, y que no siempre son muy reconfortantes u optimistas para un momento de esparcimiento, tales como: la situación denigrante de los niños de la calle, la inseguridad pública, la corrupción política, la violación de niñas adolescentes?.

Una de las últimas secciones la diseñé con la finalidad de recuperar los recuerdos tras un año transcurrido entre el momento en que las audiencias habían visto la película *Amores Perros,* y el momento de reactivar su memoria para volver a reconstruir el relato o vincular hechos**.** Las respuestas, volcadas en relatos, evocaciones o imágenes, se tradujeron en indicadores temáticos relevantes para explicar qué gratificación le proporcionó el referente mediático a sus audiencias, y cómo estas vincularon los hechos ficticios de un relato fílmico con su realidad.

Parte de las preguntas de esta sección fueron pensadas en función de corroborar algunos supuestos que había arrojado la primera etapa de trabajo de campo con respecto a lo que hay detrás de la propuesta de *Amores Perros.* Es decir, cuáles fueron los resortes narrativos y temáticos que estrecharon la identificación con las audiencias, las cargas morales, sociales y culturales, así como lo que había detrás de las construcciones de los personajes principales.

Me interesaba puntualizar, si de verdad esta película es un referente mediático inmediato que cambió los gustos y preferencias de las audiencias con respecto al cine mexicano, por todo lo que implicó su propuesta narrativa y estética y su manejo publicitario. O bien, si el boom de *Amores Perros*, fue solamente una moda pasajera.

Una estrategia para indagar este aspecto en particular, fue dejar que el entrevistado hablara sobre sus preferencias fílmicas mexicanas, incluso las más nuevas, y dejar que a través de su discurso surgiera la película, si es que se daba el caso, y a partir de ello llevar al entrevistador a las interrogantes previamente planeadas.

Arranqué esta etapa con la concertación de cinco citas, las dos primeras fueron realmente entrevistas piloto, que me ayudaron a ensayar, tanto con el guión como con la situación de enfrentar una conversación a profundidad sobre diferentes temas. Al principio,

me sentí incluso incómoda ante la resistencia que pusieron dos de los entrevistados a la grabadora. Los comentarios escritos al margen de la entrevista y la situación misma, me fueron de gran utilidad una vez que empecé a trabajar con las transcripciones. Más adelante y a sugerencia de mi tutor, fue muy importante romper con el rigor de las secciones de preguntas, y llevar la entrevista fuera del orden del guión, a fin de que fuera la espontaneidad del entrevistado y sus comentarios, algunas veces sueltos, los que marcaran las pautas de la conversación, las cuestiones puntuales, o incluso, otras derivaciones temáticas. Paulatinamente me fui soltando y me di cuenta que arrancar la entrevista con una plática más informal sobre cuestiones personales del entrevistado generaba confianza y mejor disposición.

Al término de las entrevistas, en varios casos, se continuaba la charla, en ocasiones se regresaba a algunos de los temas de la entrevistas, otras, los informantes se relajaban más y me comentaban anécdotas, algunas ligadas a cuestiones personales, otras al cine o a seguir platicando sobre cine mexicano.

Continué haciendo anotaciones al margen de la sesión de entrevistas, de la situación misma, cómo se había dado, las reacciones de las personas, el sitio, las constantes que iban saliendo. Este diario de campo me fue de gran utilidad para la primera lectura de las entrevistas, ya que derivé esta información en un listado de temas que fueron saliendo, no tanto por las preguntas dirigidas, sino más bien, durante el desarrollo de la conversación.

De este diario y de la propia experiencia puedo decir, que a pesar de algunas resistencias o negativas que se dieron en el proceso de concertación de citas y elaboración de las entrevistas, las situaciones de la mayoría de las entrevistas fueron muy favorables, en más de un sentido. Los entrevistados mostraron una gran disponibilidad a desplazarse de sus trabajos u hogares al sitio acordado, fueron puntuales, mostraron una excelente soltura

al diálogo, disfrutaron la entrevista, ello lo pude corroborar por sus expresiones, su tranquilidad y paciencia al elaborar y pensar sus respuestas. La mayoría de las entrevistas las hice en lugares públicos como cafeterías, muy contadas entrevistas se llevaron a cabo en los hogares o en los lugares de trabajo, y en este caso, igualmente pude apreciar una muy buena voluntad; en dos de ellas escogieron un lugar totalmente alejado del bullicio, el teléfono o cualquier otra distracción.

En relación a lo que dice Margaret Honey (1987) sobre cómo durante la entrevista, el entrevistador tiene una posición de poder frente a sus entrevistados, sí advertí que en el caso de dos informantes que eran mis alumnos, si predominó esta posición. Sin embargo, sus respuestas fueron frescas y honestas, de pronto se daban contradicciones, pero ello no los apenaba o los hacía sentir mal, por el contrario, se apoyaban en comentarios míos durante la clase, buscando mi aprobación o demostrando que realmente disfrutaban las discusiones. Este tipo de circunstancias las anoté al final de cada entrevista con miras a reconsiderarlas al momento de estar haciendo la revisión e interpretación de los textos transcritos.

Los problemas y resistencias surgieron durante la concertación de citas con las personas a las que les había hecho las encuestas escritas en las plazas públicas, no accedieron a la entrevista, otros me dejaron plantada, hasta dos veces en el lugar y hora donde originalmente habíamos concertado la cita, otros me pusieron muchas excusas. Por ejemplo, las amas de casa de colonias populares como la Independencia y Polanco, me insistieron que no tenían con quien dejar a sus niños, o bien que no tenían tiempo, en un caso le pregunté a la señora que si no le incomodaba que fuera a su casa, y me dieron más pretextos, otros, fueron números de teléfono equivocado. Las llamadas a los jóvenes del sector medio, los familiares, en particular la mamá me hacía muchas preguntas sobre el

asunto de mi llamada, me preguntaban quién era, y bueno, nunca recibí respuesta, a pesar de que les dejaba claro el propósito de mi llamada, así como mis datos.

En este sentido las reflexiones de Bourdieu son absolutamente ciertas: *la proximidad social y la familiaridad aseguran un acuerdo inmediato y fortalecen los contenidos y las formas de la comunicación* (1999:530). Aquellas personas que acudieron puntualmente y con la mejor disposición a la cita fueron justamente alumnos de colegas o bien conocidos personales. Sin embargo, me di cuenta que necesitaba hacerme de otra inventiva para buscar nuevos informantes.

Acudí a una segunda lista opcional de candidatos que previamente había elaborado de los informantes de la primera etapa. Logré concertar y realizar algunas otras citas.

3.5.- OBSERVACIÓN PARTICIPATIVA

Paralelamente a la realización de las entrevistas comencé la observación participativa en dos complejos de cine ubicados en colonias populares (Río Nilo y Arboledas), con miras, primero de encontrar más informantes jóvenes del sector popular, y segundo de poder hacer una referencia comparativa del movimiento social, las prácticas y los lugares de encuentro, entre los Centros Magno, Pabellón, y Gran Plaza, que concentran a una buena parte de la población juvenil tapatía de los sectores medios y altos, y los Centros de Río Nilo, y Arboledas, donde se concentran los jóvenes de los sectores populares.

Estuve haciendo esta observación en el complejo CINEMEX localizado en la planta baja del Centro Comercial ubicado sobre la Av. Río Nilo, durante varios miércoles, considerando que este día hay mayor asistencia por la promoción de 2 boletos por 1, y algunos fines de semana, días en los que también hay una gran afluencia de asistencia.

Las primeras observaciones coincidieron con el estreno en Guadalajara de la película mexicana, *De la calle* (2000) de Gerardo Tord (octubre del 2001), la penúltimo película mexicana de las 13 que se exhibieron en el año 2001.[54]

Primero que nada me llamó mucho la atención la presencia de jóvenes entre 15 y 18 años, muchos de ellos "cholos", quienes en su gran mayoría iban en grupos, ya fuera exclusivamente hombres o acompañados de sus novias. En la primera función de las 5 de la tarde llegaron también familias completas con sus niños, buscando las películas infantiles, o bien parejas de entre 30 y 40 años.

Lo que hacen la mayoría de los asistentes es llegar directamente a la pizarra donde están los horarios y los títulos de las películas, muy pocas personas se dirigen a la taquilla a comprar su boleto, y si lo hacen consultan la clasificación con la taquillera.

Un dato que me sirvió para conocer mejor los factores que intervienen en la decisión de qué película ver, fue corroborar en varios grupos de jóvenes, que una vez que consultaban la cartelera hacían consenso entre ellos para decidir qué película entrar a ver. Es decir, que lo que importaba no era tanto el título de la película, sino los horarios, porque de ello dependía si encontraban transporte urbano para regresar a sus casas. Observé, sin embargo, que para algunos este factor no era un impedimento, o motivo de negociación, porque lo que querían era ver la película mexicana *De la calle*, independientemente del horario.

En lo que el grupo se ponía de acuerdo se daban largos silencios entre ellos, ello no sucedía por mi presencia, traté de pasar inadvertida, es decir, me sentaba como cualquier persona que estaba esperando entrar al cine, al lado de donde estaban los grupos de jóvenes.

---

[54] .- Esta película nos presenta una mirada sin amarillismos, sobre cómo sobreviven los niños y jóvenes de la calle, en medio del desempleo, la droga y las redes corruptas de los encargados de la seguridad pública. *De la calle* permaneció en cartelera siete semanas en 13 de los más grandes complejos de cine.

Ello con la intención de poder escuchar qué estaban platicando, y no recurrir a la grabadora que me pudiera delatar. Cuando empezaba la conversación entre ellos, había de todo, surgían pláticas muy coloquiales, pero también continuaba la negociación de cuál película entrar a ver. En grupos de dos personas, la decisión estaba ya tomada, solamente esperaban en las escalinatas de afuera para entrar. En estos casos lo que predominó, fueron las recomendaciones previas de ver una determinada película. Se dieron algunos comentarios tales como: *mi cuñado me dijo que De la calle_está muy deprimente, y a poco vamos a pagar por aburrirnos, o ver lo que vemos en la punta de nuestra nariz.....* (**una joven de 16 años**), o , *a mi me dijeron que la del Diario de una princesa está bien fresa, a la mera y nos salen con un cuentito de la Cenicienta, huacátela* **(una joven acompañada de sus amigas de 15 o 14 años**), o, *ya vieron que está la del Espinazo del diablo, es del mismo director que Cronos, yo creo que es buena, y además es de aquí*, en respuesta a este comentario, el amigo le respondió: *ay bueno, pero luego uno ni les entiende nada, está más fácil la gringada ésta de la sala 5* (**un joven de 18 a 20 años**) .

Otro detalle que aprecié en el momento de la llegada a comprar el boleto, es que casi por rutina, las personas que lo suelen hacer le preguntan a la taquillera si la película que van a ver está buena o ¿qué clasificación tiene?. Curiosamente, las (os) taquilleras (os) siempre tenían una respuesta muy convincente, ya sea por el tipo de personas que se lo preguntan, o porque de veras creen lo que les están recomendando. Se dieron varias situaciones en las que las personas le consultaban sobre dos títulos en concreto, *De la calle* y *El diario de la princesa*, dos películas absolutamente diferentes en corte temático, narrativo y propuesta misma, y por ende, dos audiencias muy diferentes a los que pudieran convocar. No obstante ello, las taquilleras sabían responder muy seguras: *esa no le va gustar porque es de puros cholos y drogadictos, pero usted sabe, hoy como es miércoles he vendido varios*

boletos, la recomendación era para un señor de unos 45 años que iba con su señora y su hija adolescente. Cuando llegó un grupo de jovencitas, les respondió: *me dijeron que la película tenía muy buena música, de las que a ustedes les gusta*. Las referencias eran para con la película mexicana *De la calle*.

Cabe señalar, que entre la población de jóvenes que asisten a estos complejos, no suelen ir a consultarle nada a la taquillera, la decisión la toman entre ellos.

Durante los días que estuve haciendo las observaciones sobre la aproximación a la cartelera, la compra de boletos y las charlas durante la espera, el tipo de audiencias resultó ser también la misma.

3.6.- CONSTRUCCIÓN DE LOS GRUPOS DE DISCUSIÓN

En la década de los sesenta Jesús Ibáñez, desde la Escuela Crítica de Estudios Sociales, impulsó una severa crítica al Positivismo y se planteó un nuevo dispositivo metodológico que permitiera rescatar el lenguaje del sujeto; pero aquel sujeto que formara parte de un determinado contexto, y a su vez fuera un sujeto social inmerso en un grupo social.

El sociólogo propuso tres niveles de análisis para rescatar la producción discursiva social: el conceptual, ligado estrictamente a lo social; el metodológico, vinculado a los discursos sociales y el técnico aunado a las estrategias de un principio liberador, es decir, acceder a un discurso que no esté dirigido o fragmentado, como sucede cuando uno realiza entrevistas o cuestionarios (Ibáñez: 1992). Ibáñez retoma también algunos aspectos del psicoanálisis, en el sentido en que se establece una reunión con un grupo, mediada por un perceptor o moderador que rescata la producción discursiva.

Por ello, y a lo largo de la práctica derivada de las diferentes aplicaciones de los grupos de discusión, ha demostrado ser un buen artificio para recrear una situación

experimental que permite recuperar la experiencia de la apropiación e interpretación de sentido y logra provocar la producción de discursos con cierto grado de espontaneidad. Otro factor principal de ésta perspectiva es la conversación que se de al interior del grupo, y justo en el momento en que se da, es decir, el grupo tiene una sola temporalidad, el presente, no hay antes ni después. Para un trabajo óptimo con los "grupos de discusión" es importante que el investigador tenga muy presente la o las preguntas centrales de su proyecto para poder saber quÉ es lo que va analizar durante y después de la discusión.

No obstante, los "grupos de discusión" también tienen sus desventajas, sobre todo aquellas que están relacionadas con los procesos tradicionales de recepción, es decir, que se altera dicho proceso, porque en este caso todo está fríamente organizado y manipulado; se convoca a un grupo de personas a ver una película que ellos no seleccionaron, no son las mejores condiciones de proyección en las que se ve la película, de la mega pantalla y el confort de un sonido stereofónico y una cómoda butaca, se pasará a un equipo casero de video con condiciones de luz y proyección poco óptimas. En otras palabras, se pierde la experiencia vicaria que ofrece la sala de cine, clave para el proceso de recepción; ambiente, compañía, película.

Para el caso de esta etapa de trabajo de campo, pensada en función de abordar el tercer nivel de análisis que cruza el modelo metodológico, y que busca una explicación del proceso de identificación - negociación de sentido entre el referente y las audiencias, opté por trabajar con este artificio, y construí para su operación tres grupos de discusión.

Me interesaba analizar la producción discursiva al interior de los grupos, a partir de los siguientes indicadores: el ambiente situacional de la sesión; los temas tratados en la película; las posiciones en contra o a favor de la película que se manifestaron durante la elaboración del discurso; las prácticas discursivas al interior de las relaciones que se dieron

para su construcción; los elementos temáticos y cinematográficos que los participantes recuperaron de la película, o bien, aquellos que predominaron durante la sesión, y los posicionamientos identitarios desde donde se estructuran y elaboraron los discursos y los temas hablados.

A partir de estas interrogantes, y frente a un detonante muy concreto que fue la película *¡Y tú mamá también!* elaboré una ficha de identificación personal donde los miembros de cada grupo registraron sus datos: nombre, dirección teléfono, edad, género, escolaridad, ocupación, y el número de veces que habían visto la película.

Los especialistas en esta técnica aconsejan que el moderador no participe en el momento de la discusión, sino que más bien escuche, anote y sepa lidiar con los silencios. Esto resulta ser muy complicado, porque de pronto hay miembros del grupo que tienden a "tomar la palabra y no soltarla", o bien, cuando se estancan las discusiones sin que se esté llegando a ningún lado, puede suceder que los temas que van siendo motivo de discusión se dispersen, y si el moderador no interviene, se puede perder mucho tiempo desvariando.

Estas variantes son muy delicadas, porque la conversación al interior del grupo, justo en el momento en que se da, tiene una sola temporalidad, el presente, no hay antes ni después.

A decir verdad, el moderador (yo), suele querer intervenir, a veces en demasía, con el afán de que no se disperse la discusión, sobre todo en aquellos momentos en que de verdad hay hablas divergentes, y ello enriquece mucho más la polémica**.** A mi me interesaba mucho investigar sobre las relaciones de heterogeneidad más que las de homogeneidad, así como las diferencias de opiniones en relación a un tema detonante que está implícito en la película de *¡Y tú mamá también!*: las fronteras del machismo y el homosexualismo; los modelos de género y los valores culturales de los jóvenes.

Otro factor importante es el lugar donde se lleven a cabo las sesiones porque interviene en las relaciones sociales que se den al interior del grupo. Así como también el uso de grabadoras o video para registrar el contexto en el que se dio la sesión y en el que se produce el discurso. Captar el lenguaje corporal, ya que muchas personas hablan con el cuerpo.

Sobre el lugar propicio, recurrí a una sala bastante cómoda y aislada en las instalaciones del CIESAS, a sabiendas que esto podría tal vez interferir en la aceptación de aquellos sujetos a quienes por un lado, les quedaba distante de sus residencias o lugares de trabajo, o bien, les podría imponer demasiado por ser una institución. Sin embargo, la opción de otro lugar más neutral, como una casa habitación, fue más complicado por el espacio donde pudieran estar confortables 10 miembros, más un auxiliar y el moderador.

Para la sesión del grupo preparé dos grabadoras de sonido, un auxiliar con quien me había puesto de acuerdo que me apoyara en las observaciones, durante y después de la sesión, y otra persona que llevaba una cámara de video para poder revisar después la dinámica completa del grupo, un monitor grande de televisión y una videocassetera. No obstante, una vez que se arrancó la sesión de discusión, me di cuenta que si intervenía otro dispositivo más, en este caso la cámara de video, rompería el ambiente de camaradería, y opté por no registrar imágenes. Así lo hice en las siguientes dos sesiones.

Las tres sesiones de "grupos de discusión" que llevé a cabo las hice en esta misma aula, con la misma infraestructura, pero obviamente cada sesión fue muy diferente. A partir de estos criterios diseñé tres grupos, con las siguientes características.

El grupo "A" estuvo integrado por cinco miembros, con el siguiente perfil sociodemográfico: edad, de 29 a 42 años; género, cuatro mujeres y un hombre; escolaridad, de preparatoria a licenciatura; estrato social, medio (2), medio - baja (3) y profesión: ama

de casa (1), docentes (3), estudiante (1). De los cinco integrantes, cuatro habían visto la película y solamente dos de ellos se conocían. Cabe hacer la aclaración que asistieron a esta sesión solamente cinco de los ocho convocados. En el grupo estaban también incluidos tres trabajadores, Jorge (lavacoches), Sacramento (trabajador del Mercado de Abastos) y Goyo (cargador), quienes cubrían el mismo perfil de edad que el grupo, habían participado en la etapa anterior de trabajo de campo (entrevistas a profundidad) y venían a complementar la heterogeneidad del grupo. Los convoqué con un mes de antelación, de hecho, cambié la fecha porque dos de ellos trabajaban los viernes en la tarde. Sin embargo, y a decir de los informantes, no pudieron llegar por motivos personales ajenos a sus planes. En su lugar invité a dos personas que no habían participado en la etapa anterior, Magdalena y Carlos, y quienes participaron porque cubrían el perfil de edad. No obstante, este grupo fue reducido.

El grupo "B" lo conformaron siete miembros con el siguiente perfil sociodemográfico: edad, 18 a 27 años, género; seis hombres y dos mujeres, estrato social; medio - alto (1), medio (1), medio - bajo (4) y bajo (1), escolaridad; preparatoria a licenciatura, ocupación; dos empleados públicos, cuatro estudiantes y un maestro. De los siete integrantes, solamente una persona no había visto la película.

La invitación a los integrantes de este grupo, no estuvo tan accidentada como el grupo anterior, solamente faltaron dos. De las personas que tenía seleccionadas, es decir, aquellas que cubrían el perfil del grupo y habían participado en la etapa anterior, tres de ellas, desde el principio no pudieron, por motivos de la escuela o de viaje. Así que recurrí a las redes de amigos, e invité a tres personas que no habían participado en las etapas anteriores de la investigación. Solamente dos de ellos se conocían. El resto era la primera vez que compartían una mesa.

El grupo “C” fue el más numeroso, y no tuve muchos problemas para su conformación, solamente me falló una persona. Lo constituyeron nueve miembros con el siguiente perfil: tres mujeres y seis hombres; de 17 a 20 años; todos trabajadores, a excepción de un estudiante; seis de estrato bajo, dos del medio bajo y uno de medio alto; grado de escolaridad, siete de preparatoria, uno de secundaria y uno de primaria; y solamente dos personas no habían visto la película, el resto la habían visto hasta cuatro y dos veces. Entre ellos se conocían solamente dos integrantes.

Uno de los aspectos más importantes para la formación de los “grupos de discusión” es que hay que reconsiderar para la convocatoria y formación de los mismos, que cada grupo se tiene que construir en el momento preciso y para una experiencia muy diferente. Los integrantes no deben tener relaciones previamente constituidas para evitar interferencias.

Tanto a nivel nacional como local no hay una práctica de los “grupos de discusión” , tal vez en los ambientes académicos, o en la mercadotecnia. De tal manera que para que los asistentes entendieran para qué se les estaba convocando, les expliqué desde el momento en que les estaba haciendo la invitación que se trataba de un proyecto de investigación de recepción del cine mexicano y que necesitaba que viéramos varias personas una película reciente mexicana y opinar al final de la proyección. Esta recomendación es clave en la formación de los grupos para propiciar un espacio liberador.

No fue fácil la convocatoria, debido a los diferentes compromisos personales y labores de los integrantes, y ello complicó ajustar un horario común, por lo cual algunos de los invitados, justo el día de la sesión se disculparon y no asistieron. Esto me entorpeció la construcción de los mismos. Sin embargo, de no haber procedido en esta forma, los grupos hubieran sido más reducidos. Para la formación de los grupos es importante que el grupo no

rebase los 9 miembros y que no se conozcan entre ellos. Además de utilizar un detonante, es decir, películas, textos, fotografías.

Debido a circunstancias que estuvieron fuera de mi control, dos grupos estuvieron muy disímiles en este sentido; en el grupo "A", era solamente un hombre, y cuatro mujeres, en el grupo "B" eran dos mujeres y cinco hombres y en el grupo "C" eran tres mujeres y seis hombres. Sin temor a equivocarme, pienso que ello fue muy enriquecedor en más de un sentido. Primero, por el discurso machista y tradicional que *Amores Perros* presenta en relación a las representaciones femeninas, mismas que en gran parte fueron cuestionadas y criticadas, solamente por las participantes mujeres. Segundo, la otra propuesta de sentido, *¡Y tú mamá también!*, está, de alguna manera centrada en el tema de la masculinidad y la misoginia, encubiertos por la supuesta libertad sexual, dos puntos que fríamente fueron advertidos, nuevamente por las participantes mujeres, y en el caso de la producción discursiva de los hombres, les costó trabajo expresarse abierta y críticamente con respecto a estos temas.

3.6.1.- DINAMICA AMBIENTAL

El ambiente de la sesión en el grupo "A" (seis integrantes; cinco mujeres y un hombre, de 25 a 42 años) fue muy ligero y de camaradería, algunos comentaban algo sobre los personajes, en tono de burla, lo cual motivaba las risas de los demás, e incluso intercambiaban comentarios. Esto se dio a lo largo de toda la película, solamente en los momentos íntimos de los personajes (cuando Tenoch y Julio se empiezan a hacer reclamos personales, cuando se ven las escenas donde Luisa seduce a Tenoch, cuando Tenoch y Julio están en la alberca llena de hojas secas y cuando Luisa está haciendo la última llamada a su esposo), se guardaba absoluto silencio. Todos comían palomitas, tomaban su refresco,

estaban realmente muy a gusto viendo la película. También pude observar, que no obstante que ya era la segunda vez que la mayoría había visto la película, ninguno se veía enfadado, aburrido, o adormilado. Al término de la película, algunos de los miembros del grupo empezaron a hacer los primeros comentarios.

La discusión del grupo se centró en dos participantes, ambos docentes y con amplia cultura cinematográfica, y quienes expresaron de manera muy natural sus comentarios, y a diferencia de los demás, también fueron los únicos que hablaron en primera persona.

La única ama de casa que participó en este grupo, intervino muy poco, pero cuando lo hacía, era muy puntual, o bien, cerraba los temas que se discutían. Otra de las integrantes del grupo, una estudiante de licenciatura, único miembro que no había visto la película, se mostró un tanto sigilosa e introvertida en sus participaciones. No obstante, sus comentarios resultaron ser la voz opositora a los externados por las dos voces dominantes, cuyas opiniones coincidieron casi siempre.

Mi participación como moderadora fue excesiva en algunas ocasiones. Necesaria en muchas, porque sentía que la discusión se dispersaba a otros temas, o bien, cuando se generó la discusión de los usos locales del lenguaje, y una de las mujeres nos empezó a dar toda una explicación sobre el significado de los albures, yo mostré interés y curiosidad. Pero, debo decir, que una vez que leí la trascripción, me di cuenta que pregunté mucho, o bien, yo tomaba la palabra y daba mi opinión sobre los puntos o temas que se estaban hablando. Dos actitudes que a decir de los expertos en esta técnica no deben hacerse. Sin embargo, era la primera vez que yo enfrentaba esta situación de grupo, y no es nada fácil lograrlo. De cualquier modo, ello me sirvió como experiencia, y evité hacerlo con los subsiguientes grupos.

El ambiente del grupo “B” (siete miembros, de 18 a 25 años, cinco hombres y dos mujeres) fue muy serio, es decir, todos estaban callados, no se movían, tenían su atención puesta en el monitor de la TV. Poco a poco, fueron aflojando el cuerpo, se acomodaban en la silla, se servían refrescos, comían palomitas, pero seguían sin hacer comentario alguno entre ellos. Me sorprendió, que incluso, en algunas escenas chuscas ni se inmutaron, permanecían muy serios. Posiblemente era por pena, o, tal vez, no les hacia ninguna gracia la película.

Hago alusión a este tipo de situaciones, porque la actitud de la mayoría de los miembros del grupo anterior, comentaban casi todo, e hicieron mofa de escenas en las que los personajes intimidaban. En este grupo, por el contrario, pude observar que algunos de los integrantes desviaban la mirada cuando aparecían los cuerpos desnudos de Tenoch o Julio. Incluso uno de los hombres en la escena de la masturbación, se reía para consigo mismo, o bien cuando se mostraban escenas donde los jóvenes estaban fumando marihuana, agachaba la cabeza. El resto, estaban atentos, serios y calladitos.

Otro de los hombres, quien además se caracterizó como voz inquisidora, a ratos se movía mucho, y exclamaba algo como MMMMM, en tono de aburrimiento. Otro integrante del grupo, en más de una ocasión, lo observé dibujando en una hoja de papel, de hecho, ilustró con comics dos hojas por los dos lados durante toda la sesión. También pude observar que en la escena donde está Luisa en el cuarto del hotel, y entra Tenoch y le pide ella que se quite la toalla, este mismo joven bajó la mirada y se sirvió refresco y más palomitas, para con ello distraer su atención.

Las dos mujeres que participaron en el grupo se mantuvieron calladas, serenas y en ningún momento mostraron enfado o pena de ver las escenas donde se mostraban cuerpos

desnudos. Fuera de estas observaciones, el resto de la exhibición el grupo se mantuvo callado, y tampoco intercambiaron opiniones entre ellos.

El grupo "C" estuvo integrado por nueve personas, con rangos de edad que fluctuaban entre los 17 a 20 años, con grados de escolaridad de primaria y hasta preparatoria, de estratos sociales bajos, y con una presencia masculina mayoritaria (7).

El ambiente fue muy a gusto, los participantes estaban muy entregados a ver la película, con el antecedente mismo de los grupos anteriores, de que la gran mayoría ya la había visto, para algunos esta sería su cuarta ocasión, a excepción de dos personas, quienes era la primera vez que la veían. Hubo mucha soltura de expresión en casi todos los integrantes, solamente la pareja que no había visto la película, fue igualmente la que menos participó, sobre todo la mujer. En relación a la expresividad se dieron frontalmente dos posiciones opuestas con respecto a lo que significaba el retrato social que la película hace sobre los jóvenes mexicanos. Fue muy interesante observar cómo los integrantes que pertenecían al sector social medio se identificaron mucho con las vidas y conductas de los personajes. Más sin embargo, aquellas personas de sectores más bajos, se rieron literalmente de la imagen caricaturizada que se presenta de los jóvenes mexicanos en la película. Sin ningún pudor, aludían abiertamente que: "*eso no era nada, comparado con los reventones que ellos hacían y sus vidas personales*".

También se externaron aspectos muy interesantes de parte de dos hombres, sobre las represiones sexuales que recaen en ellos, y cómo se maneja y construye socialmente la masculinidad entre los jóvenes. Cabe advertir que predominó un lenguaje muy coloquial y espontáneo.

3.6.2.- DINÁMICA DE DISCUSIÓN

La dinámica del grupo "A" se dio a partir del momento en que arranca la discusión sobre la película, todos los integrantes hablaron de los protagonistas hombres. Pero en el momento en que quise desatorar la discusión anquilosada en un tema secundario, y hago la observación qué en la película los personajes masculinos son los ejes centrales, es entonces que los integrantes del grupo empiezan a hablar de Luisa. Una de las mujeres (estudiante) dijo que: *Luisa era el personaje que entra a equilibrar el conflicto entre ellos, y finalmente es ella quien modifica la relación entre ellos*.

Posteriormente la discusión se enfocó más al tema de la relación entre adolescentes hombres. A propósito de este tema, que atraviesa la mayor parte de la discusión, hay divergencias concretas de opinión. En general todos señalaron que la película sí tocaba un tema muy real entre los adolescentes de las edades entre 18 y 20 años. Las opiniones difirieron en el cómo se resignficó esta relación por la manera en que se nos presenta, por ejemplo: dos de los integrantes - los mayores de edad - coincidieron en que es una *mirada muy cínica del director* y *en que no hay morbo en la manera de tratarse*; la mujer trabajadora, por su parte opinó que si hay una *reflexión sobre la juventud mexicana*, pero la mujer estudiante señaló que: *se veía muy exagerada la relación entre ellos, que eran muy guarros*. De entrada, lo que podemos percibir en estas tres posiciones, es que los primeros integrantes estaban leyendo el tratamiento de este tema como una pieza narrativa, una ficción, que está interpretando la realidad social de un determinado estrato, y rescatan el tono "cínico" del realizador para su tratamiento, así como su acercamiento realista; mientras que la última mujer manifestó disgusto, por el hecho de que fueran "guarros", jóvenes mal portados, significó que era una exageración, por lo tanto, no se admite que los jóvenes mexicanos puedan ser también retratados como "guarros".

Después de un buen rato de discusión sobre este tema, surgió otro detonante en el que se detienen más tiempo discutiendo; la escena del beso entre Tenoch y Julio como una medida provocadora del director para arrancar la atención de la audiencia.

Los dos integrantes de mayor edad, coincidieron que esta escena se va preparando a lo largo de la narración de la historia de los tres. Pero a partir de la discusión de esta escena surge el tema de la construcción social de la masculinidad.

Cuando apenas se estaba empezando a definir, si era solamente una historia de dos adolescentes reventados, o en verdad había un trasfondo homosexual entre ellos, yo llevé la discusión sobre la diferencia que hay entre la relación de camaradas que se da entre los hombres, y las relaciones entre las mujeres. Ello con la idea de derivar los comentarios a una discusión sobre las diferencias de género. No se abordó este tema. Se esquivó de manera natural.

La discusión prosiguió sobre la sanas relaciones entre los hombres, y se vuelve a decir, al menos por parte de la mayoría del grupo que es muy natural que los chavos a esta edad prefieran divertirse entre ellos, ya que: *las viejas estorban*, y prefieren *el club de Tobby*.

Vuelvo a traer a la mesa el tema sobre la masculinidad y el machismo y éstos derivan en torno al significado que tiene el "albur" como una práctica social propia de los hombres y no de las mujeres. La explicación sobre este tema la abordó una de las mujeres y nos dio toda una explicación de esta práctica social y cultural.

Nuevamente la mujer estudiante subrayó que Luisa es la que hace ver a los chavos que son unos "nerds adolescentes" y que es ella la que lleva el dominio de la situación.

Aquí fluye entonces la discusión en torno a las diferencia entre las relaciones de género. Se mencionan ejemplos de comerciales de la tv dónde se da una marcada diferenciación entre hombres y mujeres.

Viendo que la discusión se estancaba en los temas anteriores, la sesgo y pregunto sobre la función que tiene el narrador en la narrativa de la película. Solamente el participante hombre opinó sobre el tema, aludiendo que es parte del tono realista que tiene la película, y que a él le gustó mucho.

En el grupo "B" casi todos los participantes estaban muy silenciosos y no se animaban a hablar, intenté entonces moverlos y pregunté directamente a una de las mujeres, quien no había visto la película y estaría más dispuesta a comentar algo por la novedad, ella introdujo el tema de la "función que tenía el narrador en el relato".

Ya más animados uno a uno de los miembros empezaron a participar. Por los comentarios externados, pude detectar que a una gran mayoría del grupo no les gustó el narrador, comentaban que: *era muy repetitivo* o que *no era necesario*, para otros, les pareció un truco para dejar un sello de "snobismo" por parte de los creadores, textualmente dijo: *es un lujo que se quisieron dar*. También se comentó que el narrador sí era necesario para contextualizar la historia. Para otro de los integrantes, la voz del narrador le pareció un error técnico, por aquello de que había un silencio y luego entraba la voz en off. Su comentario reflejaba que no es una persona acostumbrada a ver cine, ya que este elemento narrativo en el lenguaje cinematográfico se ha venido usando desde los años sesenta, y es muy frecuente.

En términos generales puedo afirmar que la dinámica del grupo "B" se dio en medio de un ambiente muy serio, es decir, todos estaban callados, no se movían, tenían su atención puesta en el monitor. Poco a poco, fueron aflojando el cuerpo, se acomodaban en

la silla, se servían refrescos, comían palomitas, pero seguían sin hacer comentario alguno entre ellos sobre la película. Me sorprendió, que incluso, en algunas escenas chuscas ni se inmutaron, permanecían muy serios. Posiblemente era por pena, o porque se sentían parte de un experimento.

A diferencia de los grupos "A" y "B", el tercero o grupo "C", cuyo perfil fue el ideal en cuanto edad, de un rango de 17 a 23 años, con niveles de educación de primaria a secundaria, y perteneciente a estratos sociales que iban del bajo al medio alto, la dinámica de discusión fue en un ambiente de risas, a su vez que de inhibición entre algunos de los integrantes. Las muestras de inhibición, de burla, o bien de nervio, que se dejaron sentir con carcajadas colectivas, se manifestaron en momentos de la película en las escenas de sexo, como por ejemplo: las primeras tomas que muestran a Julio y a su novia a medio vestir e intentando tener relaciones sexuales, todo mundo estuvo callado; en la escena de la alberca cuando Julio y Tenoch están masturbándose en el trampolín, los hombres en especial se rieron mucho. Hasta la secuencia donde inicia el viaje de los jóvenes con la española a la playa, el grupo no intercambió comentarios, después se sintieron más a gusto y comenzaron a conversar entre ello.

El haber hecho esta observación en el momento mismo de la discusión, a la vez que estar grabando las sesiones, fue de suma importancia para analizar el material discursivo. Sin lugar a dudad, la transcripción de estas sesiones fue el material principal con el que trabajé, pero era necesario ubicar cada frase y cada turno de discusión en el contexto en el que se dio, las reacciones espontáneas, los silencios, los comentarios entre los participantes y sus movimientos corporales. Fue también muy significativo observar cuáles fueron las escenas que detonaban inquietud, nerviosismo, aburrimiento, o atención. El que los hombres se hayan reído o guardado silencio frente a las escenas dónde los personajes

masculinos jugaban con su sexualidad, tenía un significado especial con respecto a lo que había sucedido con los otros grupos.

4.- LA CINEAUDIENCIA EN EL MARCO DE LOS NUEVOS ESCENARIOS MASSMEDIÁTICOS

> ***"no vemos [...] la realidad [...] como es, sino como son nuestros lenguajes. Y nuestros lenguajes son nuestros medios de comunicación. Nuestros medios de comunicación son nuestras metáforas. Nuestras metáforas crean el contenido de nuestra cultura" (Postman: 1991: 34).***

Buscando hacer una reflexión sobre la pertinencia de regionalizar no un espacio geográfico o una localidad, sino un ámbito específico, es importante congregar elementos espaciales y sociales que entren en fusión y que a su vez determinen efectos, tanto de orden espacial como de orden cultural. Por ello, decide adoptar criterios explicativos que me permitieran reconocer las interrelaciones de un cierto espacio respecto a un grupo social, ya no solamente por su ocupación física, o su relevancia histórica, sino por su interdependencia cultural, y la manera en que ésta influye en la construcción de sentido con un referente mediático (películas mexicanas seleccionadas).

A sabiendas de que en el proceso de recepción las prácticas cotidianas, sociales y de consumo audiovisual están condicionando los procesos de identificación y significación cultural entre un referente mediático y los segmentos de audiencias, consideré como perspectivas teóricas a la antropología urbana y los estudios culturales que se han aproximado al estudio de las ciudades. Esto con la finalidad de reconocer a las ciudades, no solamente como espacios geográficos locales o como universos heterogéneos, sino como espacios urbanos fragmentados y atravesados por los flujos que los medios de la comunicación han venido estableciendo. Estos espacios urbanos fragmentados han repercutido en la manera en que los habitantes de una ciudad se relacionan con ella y con los medios.

Posteriormente, trabajé como referente los datos empíricos recogidos en las entrevistas, a fin de explicar la incidencia de la cultura como un elemento clave para comprender los fenómenos socio culturales actuales, así como la interconexión e interdependencia de los medios y los lenguajes audiovisuales.

A últimas fechas, esta conexión ha venido a modificar la naturaleza de la relación que cada sujeto mantiene con su entorno cultural. Los testimonios de las y los informantes revelaron también los nuevos hábitos de consumo audiovisual y los usos sociales que actualmente se están haciendo de los medios, del cine en general, y la manera en que éste incide en la vida cotidiana y social de las audiencias. Me interesa destacar que estas historias, narrativas y memorias de los informantes las trabajé no solamente como base de datos, sino también como discursos y material de interpretación. Me apoyé también en estas historias personales y sociales, como memorias culturales, y como indicadores de análisis que nos hablan de, que no obstante, y los espacios globalizados, y la desterritorialización, el espacio individual ha sido ocupado y se está generando una nueva reterritorialización (Renato Ortiz:1996).[61]

Otro asunto que abordo es el papel social que actualmente están teniendo las industrias culturales, ya que son éstas las que tienen el poder de crear y recrear símbolos que entran en un proceso de reproducción y distribución para luego convertirse en bienes, servicios y productos culturales. A su vez, estos productos son portadores de patrones estéticos y argumentativos que pueden contribuir a la definición de formas de ver y sentir el mundo en escenarios delimitados. Ello supondría, hipotéticamente hablando, que las

[61].- El concepto de desterritorialización ha generado una serie de nociones que han intentado dar cuenta de esta realidad, y se han reconceptualizado a partir de nuevos observables. Cómo por ejemplo, la ciudad y sus dimensiones simbólicas (Reguillo:1996) y sociocomunicacionales (García Canclini:1997). Estos y otros enfoques han demostrado que los ambientes nacionales y locales, o bien, las prácticas y objetos son cruzados por la mundialización, han asimilado nuevos referentes identitarios que se viven en la cotidianidad.

narrativas fílmicas que sustenta la industria cinematográfica tienden a homogenizar, a través de determinados gramáticas, y de ciertos componentes simbólicos que actúan en la construcción de la esfera significativa de las audiencias. De acuerdo con Manuel Martín Serrano: *una película puede interpretarse como un producto de mediación cognitiva que se orienta a la construcción de modelos de representación del mundo, en la medida que intercede entre los acontecimientos de la realidad y los sistemas de valores de las audiencias* (1985:75). Asimismo, dicho referente mediático puede apreciarse como un dispositivo de mediación estructural que apunta al establecimiento de formatos discursivos (o géneros), ya que interviene entre la dinámica social y un sistema institucionalizado de producción discursiva. Por ello, la importancia de rescatar a través de la producción discursiva de las historias y testimonios de los sujetos, si las películas que se tomaron como estudios de caso, y las propuestas implícitas en ellas, están realmente estableciendo nuevos formatos discursivos.

A reserva de presentar el análisis de los datos empíricos recabados, así como los testimonios de los informantes, puedo adelantar que por parte de los sujetos sociales sigue existiendo un apego a prácticas y actos individuales que estarían reconstruyendo el sistema institucionalizado del que nos habla Martín Serrano.

4.1.- REGIONALIZAR DESDE EL AMBITO CULTURAL

En el campo de los estudios de la cultura, autores contemporáneos como Ulf Hannerz (1992) se han preocupado por dar respuesta al fenómeno de la diversidad de la cultura en el marco de un proceso de globalización, que a toda costa ha pretendido homogeneizar el repertorio de bienes culturales, pero sigue presente la paradoja de los "mundos individuales versus los mundos sociales" (Marc Augé, 1995:125). Esta paradoja

plantea desafíos, entre los cuales está el hecho de que la mayoría de los fenómenos socio culturales actuales (redes de información, medios de comunicación electrónicos y virtuales) han modificado la naturaleza de la relación que cada individuo mantiene con lo que le rodea, y ello no es otra cosa sino "la crisis de sentido y alteridad" a la que se refiere Marc Augé. (1995).

En este contexto, explicarnos la cultura como una mera dimensión exclusiva de la sociedad, reduce la perspectiva de análisis, sobre todo si mi propósito es adentrarme en el campo de lo discursivo y la interpretación en un ámbito regional cultural diversificado.

Hannerz explica su concepto de cultura a través de un modelo en el que propone sus tres dimensiones: ideas y modos de pensamiento, formas de externalización y la distribución social de la misma (1992:136). Esto significa entender a la cultura en su interrelación con la sociedad para hacerse pública y las relaciones de poder que establece cuando ésta opera en la estructura social.

Desde esta perspectiva de Hannerz (1992) y la de Martín Serrano (1985), expuesta en párrafos anteriores, se abre una vía para explicar la manera en que opera el inventario cultural de mensajes vía los medios de comunicación, y cómo en el cine a partir de un lenguaje audiovisual se reconstruye la realidad social, vía un conjunto de recursos significantes que hacen posible que una película se convierta en una unidad simbólica. Así mismo, se abre otro campo de análisis en el que campean, mentalidad, emociones, ideología y por ende cultura.

En este sentido se justifica el corte regional a partir de la cultura, y la región se constituye entonces como un objeto cambiante y dinámico, e inmerso en una realidad socio cultural actual, dominada por las interrelaciones de diferentes medios (prensa, cine, televisión, televisión por cable, internet) que conforman el escenario donde se dan las

prácticas culturales de los sujetos sociales. Entendiendo por prácticas culturales, *las formas de acción social que recontextualizan su significado según sea el contexto en el que se dan* (Jensen: 1997:111). Es decir, que me importa estudiar la cinevidencia cómo una práctica socio cultural en el marco del resto de otras prácticas relacionadas con los medios de información y comunicación.

Pienso que en el contexto cultural actual, diversificado a la vez que globalizado, las prácticas culturales de los sujetos sociales se reconocen a partir de los hábitos y lugares que frecuentan, los grupos sociales, y sobre todo o cada día más, a través de los usos sociales que hacen de los medios y las nuevas tecnologías. Por ejemplo, el uso de la internet nos permite relacionarnos con cualquier persona en el mundo, la televisión nos enlaza con todos los acontecimientos mundiales más relevantes, justo en el momento en que un ruso también lo está haciendo, las películas a través de sus imágenes y narrativas nos permiten trasladar nuestras fantasías hasta donde queramos. De tal suerte, que la interacción que se tiene con los medios audiovisuales, incluyendo las nuevas tecnologías de la informática, se convierte ahora en el escenarios de análisis desde el cual se puede reconocer los patrones de comportamiento, la diversidad de prácticas culturales, los estilos de vivir, los modos de narrar, y por tanto los modos de mirar e interpretar. En suma, que: *la comunicación es hoy la que planifica el flujo cultural de las ciudades, y las convierte en metáforas de la sociedad* (Martín Barbero: 1994 :36).

Este conjunto de interacciones nos enfrenta a pensar la diversidad regional en términos de la comunicación, entendida ésta como una nueva manera de "estar juntos" y al mismo tiempo "estar en un no lugar" (Marc Augé: 1995). Es decir, reconocer la dimensión social de los medios y, su capacidad de operar como verdaderos dispositivos de representación social para los ciudadanos (Reguillo:2000).

Si tomamos en cuenta que el espacio, como asegura Cohn: *es una porción de tierra donde habitamos una superficie de suelo, encontraremos tantas definiciones de región como problemas y características que atañan a cada pedazo de tierra* (1987:103). En este sentido, el espacio urbano tiene solamente un valor asociado con el suelo. Sin embargo, este espacio urbano tiene hoy una dimensión distinta, a decir de Castells es: *la transformación de los lugares en espacios de flujos y canales, lo que equivale a una producción y un consumo sin localización alguna* (Castells:1999: T1:411). Estos espacios de flujos son ahora los sitios de dominio de los medios de comunicación, ya sea la televisión, los tele cables, el cine o los nuevos medios electrónicos, lo cual implica estudiar la interrelación entre los sujetos y los medios, así como las relaciones de poder que median entre ambos y no sólo el impacto unidireccional de estos. En suma, se puede asentar que los referentes mediáticos son solamente lo que su nombre indica, modos de vincularse con un entorno social y cultural, pero no son la vinculación en sí. La vinculación en sí, el sentido de la relación la otorgamos los sujetos, no las tecnologías, ni los medios. Martín Barbero (2000:336) lo puntualiza de manera muy elocuente: *La gente puede asimilar con cierta facilidad los instrumentos tecnológicos y las imágenes de modernización, pero sólo muy lenta y dolorosamente puede recomponer su sistema de valores, de normas éticas y virtudes cívicas. La incertidumbre que conlleva el cambio de época añade a la crisis de los mapas ideológicos una fuerte erosión de los mapas cognitivos, que nos deja sin categorías de interpretación capaces de captar el rumbo de las vertiginosas transformaciones que vivimos* (2000: 336).

Si estamos de acuerdo en que cada sujeto social reactiva los significados de un determinado mensaje, símbolo, referente, texto, según su contexto (Jensen:1997) y desde sus propios marcos individuales de interpretación, es un hecho que cada quien le dará un

sentido diferente a lo que ve, a lo que escucha o al uso que quiera darle al medio. Por tanto, ya no es factible seguir hablando de sociedades masificadas o sin ningún poder para seleccionar qué canal de televisión o programa quieren ver, o qué tipo de película elegir de la cartelera, porque frente a estos escenarios interconectados, el poder de la supuesta globalización u homogeneización, no es del todo mundial, sino más bien local o individual. De ello deriva que los procesos de interpretación sean particulares, porque es en el orden de lo individual donde opera la mentalidad, las emociones y la ideología de cada sujeto social. Lo que impera es entonces entender el espacio cultural como parte del espacio propiamente individual, desde el cual el sujeto reinterpreta el mundo social y cultural de manera racional y acorde a sus propias convenciones culturales.

Histórica y culturalmente hablando, pertenecer a una región geográfica específica, Guadalajara, también representa una serie de diferencias y similitudes; históricamente a los habitantes de esta localidad los define una serie de símbolos que dan sentido de pertenencia a un grupo social con respecto a su pasado, y culturalmente se identifican por sus patrones de comportamiento y prácticas culturales (Cohn:1987:103).

Al hablar de la dimensión espacio temporal en una localidad como Guadalajara, y en el contexto de estudio de los miembros de audiencia que participaron, necesariamente estoy también refiriéndome a una cultura urbana (Jesús Galindo: 1994:130), que no es única ni homogénea para todos los casos, sino más bien se caracteriza por su heterogeneidad, y que como concepto tiene un contenido de clase, con una dinámica propia que depende de la fuerza de las prácticas que un determinado grupo social realice.

En Guadalajara se han dado movilidades sociales y culturales en relación a modas, lugares de reunión, formas de diversión, y en general todo lo que ofrecen las industrias culturales (música, literatura, videos, DVD, televisión, telecable, cine, medios

electrónicos). Y si bien los centros comerciales como el Centro Magno, la Gran Plaza, Plaza Pabellón, o Plaza Río Nilo, aglutinan a casi todos los sectores sociales jóvenes de la localidad, otros recintos, como los bares, discoteques y cafeterías en el centro de la ciudad, congregan también a los estratos bajos o medios bajos, o bien, las fiestas "clandestinas", mejor conocidas como "raves", significan nuevas maneras de cargar de significados a esta juventud. Y así mismo, estos espacios significan una diversidad cultural de la cual los jóvenes son partícipes y constructores.

¿Qué convoca entonces hoy a las personas a juntarse, qué referentes les hacen sentirse juntos? No creo que sean exclusivamente los lugares que congregan los que confieran el sentido principal a compartir determinadas diversiones, gustos, hábitos, sino el propio sentido personal que cada grupo le de a este nuevo modo de "estar juntos".

Marc Augé señala que los motivos temáticos que pueblan esta modernidad de maneras de estar juntos, en un "no lugar"[62] donde la publicidad, la imagen, el ocio, la libertad de desplazamiento, y el punto en común de todos ellos es el desarraigo (1993:88).

La antropología posmoderna (C. Geertz, J. Clifford, K. Gupta, J. Ferguson) ha introducido un discurso paralelo para explicarse esta nueva dinámica cultural que atraviesa nuestra sociedad, afirmando que la cultura posmoderna sería casi por definición: *una cultura desterritorializada y desespacializada, debido a los fenómenos de la globalización, al crecimiento exponencial de la migración internacional y a la "deslocalización" de las redes modernas de la comunicación* (Giménez: 1996:1). Una evocación de esta índole nos parecería turbadora, si pensamos que se deja fuera el sentido de pertenencia a un lugar, a un terruño, a una familia, a un grupo social, a ese apego afectivo que todos guardamos en

[62].- En su reflexión sobre los "no lugares" y los espacios del anonimato, Marc Augé los define como aquellos lugares que no integran los lugares de la memoria y en oposición al "lugar", mismo que se define como el lugar de la identidad, tanto relacional como histórica (1993:84).

nuestro interior. Sin embargo, si lo visualizamos y valoramos desde otra perspectiva, este sentido de pertenencia, o la manera de explicarnos el significado que tiene un determinado espacio geográfico, ambos se deben entender más como construcciones sociales y culturales fabricadas, y no tanto, como datos preexistentes. En todo caso, y en virtud de la relevancia que han cobrado los referentes massmediáticos en este nuevo paisaje urbano, lo que es importante observar y entender, es la nueva estructura simbólica y significativa que está configurando nuestra relación con un nuevo entorno cultural.

¿Podemos entonces suponer que estos nuevos espacios urbanos que atraviesan las relaciones entre los sujetos y sus acciones de comunicación con la modernidad y la informática vienen siendo los lugares por excelencia de la producción social del sentido?

Ello supone entonces estudiar el proceso de recepción entre una película y su audiencia a partir de la distinción de las mediaciones, es decir de las prácticas cotidianas, sociales y de consumo audiovisual que a su vez están condicionando los procesos de identificación y significación cultural.

4.2.- LOS ESCENARIOS MASSMEDIÁTICOS

A la luz de las nuevas reflexiones que han venido haciendo los antropólogos urbanos, se le ha conferido una nueva concepción a los estudios de los espacios urbanos, ya no tanto como contextos industriales y postindustriales, capitalistas o postcolonialistas, sino más bien contextos globalizados y virtualizados. Amalia Signorelli (1998) resume que a la fecha en la "antropología de la ciudad", orientada por mucho tiempo a la luz del enfoque

de la Escuela de Chicago,[63] la ciudad ya no puede seguir siendo una variable independiente del entorno comunicativo, toda vez que es en este contexto donde ahora se determinan los comportamientos y mentalidades, y que por tanto, el modelo histórico – geográfico exige una nueva comprensión (Signorelli:11).

Aquí se abre una veta teórica antropológica sobre el sentido del lugar, perspectiva que hasta la década de los cincuenta y a partir de los estudios de Oscar Lewis propuso una metodología y aproximación teórica particulares con la intención de analizar los microprocesos de habitar la ciudad de México.[64] Con el advenimiento de una serie de cambios sociales a finales de la década de los sesenta, los perfiles urbanos sufrieron igualmente una transformación y por ende sus vías y enfoques de estudio antropológico.

Frente a este nuevo paisaje urbano y su relación con toda una serie de redes de comunicación e informática, su estudio exigió replantear los problemas y las preguntas ya no solamente desde la antropología, sino desde las otras ciencias sociales. Se da entonces una nueva dimensión con el llamado "lugar antropológico", como el territorio cargado de historias, como el pueblo, el barrio, el atrio, por los nuevos espacios donde las personas se pueden liberar de toda carga identitaria, pero frente a toda una diversidad de referentes mediáticos.

Por ejemplo, la inserción de nuevas empresas audiovisuales (tele cables y videos clubs) ha establecido nuevos hábitos de comportamiento. Actualmente la gente, muy posiblemente, ya no asiste a las salas de cine a ver películas con la misma frecuencia que antes, en parte por las distancias y la inseguridad en las calles y, optan por la comodidad de ver cine por la

[63].- Robert Redfield (1965) en la década de los cuarenta planteó dos conceptos teóricos que al interior de la antropología estadunidense no se habían puesto en el centro de la discusión: campo y ciudad. Así mismo su modelo de la sociedad folk abrió una nueva veta de análisis.

[64].- Los estudios de Oscar Lewis se propusieron cuestionar la validez del modelo de Robert Redfield a fin de buscar relaciones sociales intensas en la ciudad y conflictos en las comunidades locales.

pantalla chica o ir al video club más cercano, por tanto, la televisión y el video son ahora, no nada más el lugar de encuentro familiar y social, sino además prácticas orientadas a la construcción de la cultura cinematográfica.[65]

Estudios recientes de la Encuesta sobre Consumo Cultural realizada por el diario tapatío *Mural (*30 de enero al 2 de febrero del 2003*),* aplicada a 560 personas mayores de 16 años en la zona metropolitana de Guadalajara reportaron en materia de consumo de cine los siguientes datos de los encuestados: 52% afirman que nunca van al cine, por encima de un 48% que lo hace de manera esporádica, un 57% tiene una opinión favorable del cine mexicano, y un 83% tiene una predilección por el cine mexicano de la época de oro. Mientras que un 83% ve la televisión todos los días, por al menos dos horas, y un 60% de los encuestados nunca renta películas en los video clubs, además de que solamente un 31% de la población tiene contratada T.V. por cable.

Por su parte, el Centro de Estudios Estratégicos para el Desarrollo de la Universidad de Guadalajara levantó una encuesta durante los meses de noviembre y diciembre del 2002, el universo fue la población de 16 años en adelante del estado de Jalisco, con una muestra de 2,566 casos, a través de un muestreo estratificado por regiones, según sexo (52% femenino, 48% masculino) y edad (16 a 24 años, un 29%, de 25 a 34 años un 25%, de 35 a 44 años un 19%, de 45 a 54 años un 13%, de 55 a 64 años un 7% y de 65 años en adelante un 7%). Los municipios investigados fueron Guadalajara, Zapopan, Tlaquepaque, Tonalá, Puerto Vallarta, Tepatitlán, Autlán, Colotlán, Ameca, Ocotlán, Ciudad Guzmán y Lagos de Moreno. En el rubro correspondiente a las preferencias cinematográficas se

[65].- Los estudios de: García Canclini, Néstor (1994) y de Sánchez Ruiz, Enrique (1994-1995) han arrojado valiosos resultados sobre este tema.

reportaron los siguientes datos: el cine despierta un alto índice de preferencia 45.3%; un segmento de 54% tiene una asistencia al cine (21.1% una vez por mes, 16.9% una vez por quincena, 16% una vez por semana), y con respecto a las películas que prefieren ver, persiste un dato por demás llamativo desde hace años, un 65% prefiere ver películas estadunidenses, mientras solamente un 30% gusta de las mexicanas, y en cuanto a las preferencias genéricas se reportan datos que persisten desde hace años, los tres géneros que mayor interés despiertan en el público son: acción, drama y suspenso.

Estos últimos datos no cambian de manera drástica el escenario de consumo cultural que reportaba el estudio realizado en 1991 por el comunicólogo Sánchez Ruíz, ya que para ese entonces un 44% de la población encuestada prefería ver cine en las salas de cine, en los datos actuales aumentó a un 48%, y con respecto al público cautivo del cine los rangos de edad se siguen conservando, de 13 a 25 años. Lo que sí ha disminuido es la frecuencia con la que van al cine, en 1991 un 21.2% lo hacía hasta dos veces por semana, y un 21.8% una vez a la semana; a la fecha, del 54% que asiste con frecuencia al cine, un 21.1% lo hace una vez por mes, 16.9% una vez por quincena, y un 16% una vez por semana.

De estas estadísticas podemos también entender porque el 83% de la población en Guadalajara, e incluso los propios encuestados en este proyecto, siguen conservando una opinión favorable sobre el cine mexicano de la "época de oro", ya que este cine es el que más se sigue exhibiendo en los canales televisivos nacionales y algunos de la televisión por cable.

En su conjunto estos datos no revelan que se esté viendo menos películas, sino posiblemente lo contrario. Ya que un "género televisivo" central es el cine. Al respecto Sánchez Ruiz también señala en otra de sus actuales investigaciones que en México: "De la televisión aérea normal, poco más del 20% del tiempo de la programación se dedica a

películas cinematográficas (el primer lugar en la oferta)".[66] De esta programación de cine en televisión, alrededor del 60% de los largometrajes exhibidos en la televisión son producciones de Estados Unidos. Estudios recientes sobre el consumo cultural en la ciudad de México y en la provincia han encontrado también que hay dos principales fuentes actuales de acceso al consumo cinematográfico: la televisión, en sus diversas modalidades, y la renta de películas para videocasetera. (Sánchez Ruiz: 1996).

El video y el DVD son recursos audiovisuales que están también creciendo en su disponibilidad como equipamiento hogareño, en 1996 se hablaba de que ya más del 60% de los hogares mexicanos cuentan con videocasetera, para el año 1998 aumentó a un 70%.[67]

La expansión de los negocios de renta de videos y DVD es otro indicador importante. Por citar un ejemplo, la compañía *Bluckbuster* se convirtió desde 1997 en el líder del mercado de la renta de videos, al inaugurar 50 tiendas más de las 200 que operan actualmente en nuestro país, con un total de 2.5 millones de suscriptores que tiene a la fecha.[68] Para el año 2003 *Bluckbuster* cuenta con más de tres millones de socios con presencia en 30 estados de la República, los cuales tienen un promedio de 3 mil VHS en sus 245 establecimientos.[69]

---

[66] .- Cfr. Sánchez Ruiz, Enrique (1996).
[67].- Cfr. "Renace el cine", ADCEBRA, año V, Num. 52, Junio de 1996.

[6]8- Cfr. Muñoz, Araceli, *Público, 16* de junio de 2001, Guadalajara, Jalisco.

[67].-Cfr. *Nueva Epoca, CANACINE,* Órgano informativo de la Cámara Nacional de la Industria Cinematográfica y del Videograma, julio del 2003, México. En esta misma nota el presidente internacional de esta empresa reportó que las películas mexicanas más rentadas en el año 2003 fueron: *El crimen del Padre Amaro* (166 mil 485 veces) y *El tigre de Santa Julia* (165 mil 185 veces), pero que la película que sigue a la cabeza en rentas es *Amores Perros*.

Otra de los gigantes massmediáticos *Paramount Home Entertainment*, que se encuentra a la cabeza de la reproducción de DVD abrió recientemente (febrero de 2003) sus oficinas en México, debido al sorprendente crecimiento que ha tenido este sector en los últimos años. Tan sólo en el año 2002 se registró una venta en México de aproximadamente 3.5 millones de películas en DVD. [70]

Esto significa que el cine y la televisión como industrias culturales han quedado inmersos en una red de relaciones de producción, circulación y consumo del mercado internacional, que no solamente las ha vinculado en su operatividad, sino que también las ha modificado en cuanto a: diferentes ofertas culturales, modelos y estrategias de producción, distribución y exhibición, y por tanto en cuanto a nuevas prácticas de recepción.[71] Y ello nos remite a entender este nuevo ambiente geográfico de posibilidades de acceso y disfrute de bienes culturales, a una realidad imponderable; estamos frente a una red desigual de instituciones muy especializadas.[72]

Este fenómeno que se refleja todos los días en las carteleras cinematográficas, domina no solamente en términos económicos y de producción cultural, sino en cuanto a su poder de establecer redes de distribución y mercadotecnia para hacer llegar sus productos a todo el mundo y, por ende, establecer nuevas formas de regionalizar el mundo.

A la fecha el emporio *hollywoodense* se ha convertido en un centro donde convergen distintos grupos mediáticos; la casa productora *Paramount* hoy es uno de los grupos editoriales más poderosos; MCA y *Warner Brothers* compiten con *SONY* en el

---

[70].- Cfr. *Nueva Êpoca*, CANACINE, Órgano informativo de la Industria Cinematográfica y del Videograma, febrero del 2003, México.

[71].- El origen específico del término *industria cultural* data de mediados de los años cuarenta, cuando Max Horkheimer y Theodor Adorno (1983 - 1977), filósofos de la escuela de Francfort establecidos en los Estados Unidos, acuñan este concepto entendido como un régimen de producción masificada y estandarizada de bienes culturales, sustentado en la racionalidad mercantilista y tecnificada del capitalismo.

[72].- Para mayor información sobre estudios de las nuevas ofertas culturales en este nuevo mundo massmediático, consultar los trabajos de Jorge González (1994 b).

mercado discográfico. El pasado 9 del octubre del 2003, se configuró otro de los grandes consorcios mediáticos mundiales, la firma francesa *Vivendi Universal* – dueña de los Estudios *Universal Picture de Hollywood* y de una decena de canales de televisión por cable – se fusiona con *General Electric*, principal accionista de la cadena televisiva NBC, y se constituye como la *NBC Universal*. La fusión de esta nueva corporación controlará estudios cinematográficos de *Hollywood*, redes de televisión por cable, la cadena en español Telemundo, misma que llega al 91% de las familias hispanas en Estados Unidos y 29 estaciones locales de la cadena NBC.[73]

Por ello, también se hace cada vez más difícil diferenciar o separar lo que se refiere a la producción cinematográfica de la televisiva. A decir de Sánchez Ruiz, en uno de sus más recientes trabajos: *Desde hace mucho los circuitos de exhibición de las películas de largometraje de han ido diversificando, de tal manera que primero se estrenan en las salas de cine, luego aparece la versión en video (ya sustituida por el DVD); en seguida o casi al mismo tiempo, aparece en la televisión de paga, en la modalidad de "paga por evento" y luego en esta misma en su programación regular; y por último de programa en la televisión gratuita (*2004: 13).[74]

El predominio que estas corporaciones mediáticas representan para los productores de cine y televisión son cambios definitivos en sus políticas de producción y distribución. Es decir, que ahora los productores deberán contemplar estrechos vínculos con estas firmas, no solamente para garantizar su distribución y buena exhibición, sino para asegurar una buena

[73].- Cfr. En *La Jornada,* 9 de octubre del 2003, "Fusión de Vivendi y GE crea segunda corporación del entretenimiento", p. 27. Las otras cuatro corporaciones con las que compite son: AOL – Time Warner (dueña de la agencia CNN); Walt Diseny C.O; Viacom y News Corp.

[74].- En una estimación de las ventas de todas las compañías cinematográficas de Estados Unidos, en 1994, se apunta que 20.5 por ciento se derivó de las taquillas;34 por ciento de la televisión aérea; 8.5 por ciento de la televisión de paga; y 37.4 por ciento de videos. (Sánchez Ruiz: 2004)

campaña de mercadotecnia que difunda la venta de los *sound tracks* de las películas y, que los productos circulen en el medio de los video clubs o los canales televisivos de las cadenas internacionales.

Frente a estos nuevos escenarios massmediáticos controlados por unas cuantas corporaciones internacionales, los alcances de los estudios de recepción se redimensionan a escalas mayores, y entonces ya no es factible atender a las industrias culturales de manera particular, sino que es preciso hacerlo de manera global e intercomunicada.

4.3.- LOS NUEVOS TEMPLOS DEL ENTRETENIMIENTO

Otro fenómeno que viene a replantear los enfoques y las directrices de los estudios de recepción en el cine, es el boom de los centros comerciales en casi todas las ciudades de la República, y la desaparición de las grandes salas de cine, que antaño significaban para sus usuarios una manera diferente de ver el cine.

Ello ha repercutido en la desaparición de espacios tradicionales de encuentro en donde las familias se reunían a disfrutar o padecer de una película si no a vivir el entorno urbano. Este desuso de los espacios públicos urbanos ligado a la desaparición de las salas chicas de cine, también es: *una muestra de un proceso de reorganización y relocalización de los nuevos espacios para el cine y otras actividades culturales* (Ochoa Tinoco: 2001:120).

Por ejemplo, cuando llegaron a Guadalajara los primeros aparatos del cinematógrafo a principios del siglo veinte, y se empezaron a propagar las funciones públicas, primero en jacalones o sitios improvisados, luego en salones, hasta llegar a las salas de cine, este espectáculo de moda representó para la sociedad tapatía toda una conmoción social. En una nota publicada en el diario *El Informador,* el 10 de enero de 1924 en la columna "De

Plateros al Portal Quemado", escrita por el periodista tapatío Javier Enciso o "Zutano" se constataba los siguiente:

Poco a poco el cine ha venido ganando terreno y posesionándose de nuestra existencia, al grado que en la actualidad no sabe uno si es más necesario cenar que concurrir al cine Olimpia.

Entre el sexo débil, no hay para que decir que el cinematógrafo constituye, no ya una diversión, sino una necesidad fisiológica y que sin él, la vida se les convertiría en una charada sin solución, en un desierto pelado, sin oasis, ni fox trot.

La asistencia asidua a los cines y a la contemplación constante de cintas de arte, hace que las muchachas tengan la cabeza llena de escenas fantásticas y personajes poéticos, y acaben por tomar al pie de la letra las maravillas que suceden en la pantalla.

Entrada la década de los cuarenta, el cine dejó de ser el gran espectáculo de moda, pasó a ser lugar importante en la vida cotidiana de la sociedad y un lugar de encuentro familiar para todos los estratos sociales. En uno de los testimonios que recopila la tesis de Mauricio Bidault (2000), registra que en el cine Park (calle Obregón), frecuentado por familias de bajos recursos:

era muy común entre los jóvenes el itinerario dominical que iniciaba en las mañana cuando iban a jugar futbol a los llanos de Mezquitán y después pasar a comer a sus casas y arreglarse para después ir a San Juan de Dios y meterse en toda la tarde a ver los programas triples del cine Park, la jornada finalizaba indefectiblemente cenando tostadas en el mercado Libertad (Testimonio de Don Jesús de Anda en Bidault: 2000*).*

Carlos Cortés Vázquez, empresario tapatío y presidente de una agencia de publicidad, recuerda que para los cincuenta todavía: *había quienes entraban al cine a las cuatro de la tarde y salían hasta las 11 de la noche* (Bidault: 2000: 26) .

Cabe mencionar, que en Guadalajara, al igual que en la ciudad de México y en otras ciudades mexicanas, las áreas donde se localizaban la mayor parte de los cines eran las zonas donde se concentraban la población y las principales actividades económicas, sociales y culturales. Vale la pena recordar que en Guadalajara las primeras salas edificadas en los años veinte del siglo pasado, y hasta la década de los sesenta se ubicaron en los barrios populares, tales como San Juan de Dios, Analco, Santísima Trinidad y el de la Capilla de Jesús. (Consultar ANEXO número VIII para ver la ubicación de las salas de cine de esta época)

Las evidentes bondades lucrativas del nuevo arte - negocio derivó en la apertura de más salas de cine, tan sólo de 1896 (fecha en que surge la primera sala improvisada de cine, el Salón de Actos del Liceo de Varones, hoy Museo Regional) a 1917 ya se habían establecido otras once más; Lux, Cuauhtémoc, Jalisco, Apolo, Royal, Opera, Rialto, América, Allende, Atenas e Hidalgo, todas ellas ubicadas en el cuadro central de la ciudad. Una vez que irrumpió el cine sonoro (1930- 1931) y los equipos técnicos se modificaron.
Fue entonces que en Guadalajara aparecieron nuevos empresarios, dispuestos a competir con las salas ya instaladas, qu*e* tenían prestigio y tradición, pero carecían del "toque modernista" que el momento exigía. Así pues, entre 1932 y 1940 se inauguraron dieciséis salas más de cine, acondicionadas con la más nueva y sofisticada técnica de proyección, y con capacidad de albergar hasta cinco mil espectadores.[75]

La década de los cincuenta, marcada con la llegada de la televisión, impactó el negocio del cine, paulatinamente dejaron de abrirse nuevas salas de cine, debido a que la gente empezó a dejar de ir, y segundo porque el mantenimiento y los nuevos y costosos

[75] .- Para mayores referencias sobre esta capítulo histórico de la instauración de los cines y el cambio social y cultural que ello implicó para los habitantes de Guadalajara, consultar: Torres Patricia (1993), Bidault, Mauricio (2001) y López Echeverría, Amalia (1996).

equipos de proyección provocaron que las entradas fueran aumentando. Otro aspecto importante fue la venta de la Operadora de Teatros (COTSA) en los años sesenta, lo cual abrió el camino a exhibidores extranjeros, y a que las salas de cine se alquilaran.[76]

Entrada la década de los ochenta, y con la irrupción de las nuevas técnicas de proyección cada vez más sofisticadas, y sobre todo las nuevas políticas oficiales que dominaron la exhibición cinematográfica, fue inevitable la llegada de los "mulitplex" .[77]

Ahora bien, los complejos de cine actuales tienen su origen en los "múltiplex" o multicinemas, término importado de Estados Unidos y que es la reconversión de las enormes salas cinematográficas antiguas a pequeñas salas. Estos complejos agrupan hasta 19 salas de cine dotadas de todas las características de este prototipo mundial: diversificación de las alternativas fílmicas; variados horarios, mejores instalaciones físicas y modernos equipos de exhibición, mayor calidad de sonido e imagen con lo último en equipo, amplia gama de servicios: fuente de sodas, dulcerías, cafeterías, estacionamiento, taquillas electrónicas, venta de boletos por la internet. La capacidad de estas salas es mucho menor a la de las salas tradicionales, las hay de 120, 200 y hasta de 300 butacas, lo cual contribuye a una organización más flexible de los tiempos y el espacio que da cabida a una mayor asistencia de personas y, en teoría ofrecen una gama mayor de opciones para el consumidor. Sin embargo, este último punto es una estrategia más de los empresarios y distribuidores, ya que un solo título extranjero se exhibe hasta en tres salas del mismo

[76].- La Cadena Operadora de Teatros (COTSA) pertenecía al Estado y era la empresa que exhibía una proporción considerable de cine mexicano. Años después

[77].- En este capítulo las reformas del Gobierno de Carlos Salinas de Gortari son fundamentales; se liquidaron las distribuidoras cinematográficas estatales (Películas Mexicanas), en 1993 se privatizó COTSA, se liberaron los precios de entrada, y se disminuyeron drásticamente los tiempos de pantalla para el cine nacional.

Complejo de Cine, lo cual significa que las películas *hollywoodenses* ocupan el 75% de las pantallas que hay en la ciudad.[78]

En México el complejo de la Organización Ramírez es uno de los más importantes que se ha expandido vertiginosamente por todo el país. Para 1995 se abrieron nuevas salas con estas características, logrando que el número de pantallas sobrepasara las 500[79] y captara el 46% de los ingresos totales en la exhibición cinematográfica en la ciudad de México.[80] En Guadalajara para 1998 había ya más de cuatro complejos de cine con estas características (de 10 a 19 salas de cine), INEGI contabilizó 110 pantallas de cine en la localidad, para el año 2002 había en la ciudad de Guadalajara 161 pantallas de cine y 17 Multicinemas.[81] Además, y por extraño que nos parezca, las salas de cine son una de las entradas más fuertes de estos centros comerciales. A decir del Gerente General del Centro Magno, las 19 salas de cine de la Organización Ramírez que se inauguraron en diciembre de 1998, siguen siendo hasta la fecha, los establecimientos que más ingresos arrojan**,** no obstante la constante apertura de otros comercios como: tiendas de ropa, de música, restaurants y discoteques, mismas que brindan y desarrollan otras actividades de descanso, intercambio y entretenimiento.

Estos nuevos centros de entretenimiento y consumo, se han convertido entonces en el sitio sobresaliente donde ahora los habitantes de una ciudad se dan cita para

---

[78] .- Enrique Sánchez, Ruiz reporta en uno de sus últimos estudios una estimación aproximada de la exhibición en la ciudad de Guadalajara en 1996 (1998:57).

[79]. "Renace el cine", *ADCEBRA*, año V, Núm. 52, Junio de 1996, México.

[80].- Avilés, Roberto,1996, "Caen ingresos cinematográficos", en *Reforma*, 8 de enero, México, D.F.

[81].- Actualmente la mayoría de estas 161 pantallas están centralizadas en los 17 Multicinemas que se localizan en la ciudad (Hollywood, Lumiere, Cinemark, Pabellón, Centro Magno, Gran Plaza, Plaza Arboledas, Tolsa, La Normal, Independencia, Plaza del Sol, Oblatos, Las Fuentes, Plaza México, Revolución y Las Torres; el Cinematógrafo con dos salas; cuatro en los cinemas de dos salas (salas Lux y Cine del Bosque) y otras cuatro más en los pocos cines que quedan de una sala (Centro, Anros, Cine Foro, y Teatro Cabañas).

interrelacionarse entre ellos, y con el resto de la sociedad. Esta redimensión social del espacio urbano reordenó también el sentido del punto de encuentro entre las personas, a decir de Martín Barbero estos centros comerciales: *concentran las actividades que la ciudad moderna separó: el trabajo y el ocio, el comercio y la religión, las modas elitistas y las magias populares* (1994:38).

¿Significa ello que la ciudad, vivida y gozada por sus habitantes, se ha estrechado y ha perdido sus usos, los lugares públicos de antaño como las plazas, el centro de la ciudad se han desvalorizado y ahora son estos centros comerciales los que convocan a una buena parte de todos los estratos sociales?

Para el caso de Guadalajara la ubicación de los centros comerciales alcanza a cubrir casi todas las colonias, tanto las residenciales como las populares y algunas zonas suburbanas.[82] Por otro lado, el hecho de que en estos centros comerciales se encuentren también la mayoría de los nuevos complejos de CINEMEX, CINEPOLIS, CINEMARK o las salas de la Organización Ramírez, empresa pionera de esta diversificación del negocio cinematográfico, ha establecido nuevas dinámicas y maneras para que las personas se relacionen, se acerquen y vivan el ritual de ir al cine.[83] Las implicaciones que esto tiene en los hábitos y maneras de relacionarse con el cine son muy diferentes a las de hace unas décadas, el cine se nos vende ahora en paquete y las vías de acceso y consumo a este ya no son tampoco las mismas.

---

[82].- En 1965 Guadalajara estrenó su primer Centro Comercial, ello como símbolo de un paso más hacia la modernidad. Dicho establecimiento llevó por nombre "Centro Guadalajara", formado por tres secciones básicas; la primera fue el Condominio Guadalajara, la segunda el Hotel Guadalajara Hilton y la tercera el Cine Diana.

[83].- La Organización Ramírez inició sus actividades en 1998 con apoyo de la Columbia Pictures, de Harry Cohn. CINEMARK, encabezada por Roberto Jenkins, es una filial del consorcio del mismo nombre, que es la segunda filial, hasta 1998, más poderosa en Estados Unidos.

Esto ha traído como consecuencia otro fenómeno, con la entrada de estos nuevos complejos han desaparecido casi todos los cines populares o de segunda corrida, donde los habitantes del centro y zonas aledañas podían seguir viendo el cine comercial mexicano, muy al estilo de las películas de la India María o los hermanos Almada.[84]

Esta circunstancia permite que el llamado "Nuevo Cine Mexicano" tenga mayor exhibición, pero a un costo mayor, primero porque económicamente las entradas ya son de 25 a 35 pesos, o hasta 45 si se va a un cine de la Gran Plaza o el Centro Magno, o bien, 85 pesos si se opta por las salas plus de Plaza Pabellón, y debido a las otras ofertas de entretenimiento que atraen su atención y consumo, el gasto será mayor.

Posiblemente dicha situación es alentadora para el cine nacional porque de unos cinco años a la fecha, hemos podido comprobar que la exhibición y la buena acogida que han tenido las películas contemporáneas por parte de su audiencia, ha alcanzado niveles inéditos. Tan sólo en la ciudad de la Guadalajara durante el año 2000 se proyectaron 14 títulos nacionales, en el 2001 fueron 15, en 2002 bajó a 11 títulos solamente, en 2003 se sumaron 18 estrenos, y para el primer semestre del 2004 ya se habían prresentado seis títulos nacionales, cuando hasta hace una década apenas se rebasaban los cuatro o cinco títulos mexicanos en cartelera y las películas permanecían de 4 a 6 semanas.[85] Lo que se

---

[84].- Los monumentales cines de la ciudad que desaparecieron en la década de los noventa fueron: el Avenida y Variedades, en 1996, el Teatro Alameda, en 1992, el Metropolitan en 1992, el Rex en 1991 y el Ideal en 1990. El Orfeón (frente al mercado Libertad) es de los pocos cines que permanece abierto, y sobrevive, precariamente, gracias a la exhibición – en video – de material pornográfico.

[85].- La Cámara Nacional de Cinematografía reportó en su Boletín del primer semestre del 2000 que las películas mexicanas más taquilleras (entre 16 y 8 semanas consecutivas) y sus alcances de audiencia en la ciudad de México fueron: *Amores Perros* (1,718,685 espectadores*),Todo el poder* (1,017,708 espectadores), *La segunda noche* (1,083, 365 espectadores), *La ley de Herodes* (698,399 espectadores), *Por la libre* (688, 522 espectadores), *Crónica de un desayuno* (234,066 espectadores), *Ave María* (177, 245 espectadores), *En el país de no pasa nada* (126,149 espectadores), *En un claroscuro de la luna* (59,722) y *Un dulce olor a muerte (50,483 espectadores).* En dos años, en la ciudad de México el tiempo en cartelera, asistencia de público, y por tanto ingresos en taquilla de las películas mexicanas se redujeron, así lo registró el Boletín de la Cámara Nacional de Cinematografía en su edición de julio del 2003: *Asesino en serie* recaudó 16,377,050 en 8 semanas; *La hija del caníbal* recaudó 14,309,324 en 8 semanas; *Sin ton ni sonia* recaudó 7,019,382 en 3

revela también es que los exhibidores que aún no se atrevían a apostarle al cine mexicano con riesgo, ahora se han vuelto más audaces y están confiando en la producción nacional fílmica.[86]

El cuadro siguiente registra las películas mexicanas más taquilleras del ciclo 1999 – 2004 exhibidas en las salas de cine de Guadalajara. [87]

Las películas más taquilleras en las salas de cine (1999 -2004)		
Título de película	Semanas en cartelera	Fecha
Sexo pudor y lágrimas	27	Jun.-99
Ladie`s night	19	Dic.-03
Amores perros	16	Jun.-00
¡Y tú mamá también!	16	Jun.-01
La segunda noche	13	May.-00
El crimen del Padre Amaro	12	Ago.-02
La ley de Herodes	11	Feb.-00
Todo el poder	10	Ene.-00
El segundo aire	10	May.-01
Vivir mata	10	Ene.-02
La habitación azul	10	May.-02
El tigre de Santa Julia	10	Sep.-02
Nicotina	10	Oct.-03
Por la libre	9	Oct.-00
Inspiración	9	Sep.-01

Un cuestión más que llama la atención, a propósito de estos complejos de cine o "nuevos templos evangélicos de la diversión y el consumo", es su ubicación geográfico social. El mapa de oferta cinematográfica en la ciudad de Guadalajara está notoriamente centralizado hacia los sectores de la ciudad donde se ubican las colonias residenciales.

semanas; *Dame tu cuerpo* recaudó 7,693,279 en 2 semanas; *Zurdo* recaudó 4,070,024 en 6 semanas; *Sexo por compasión* recaudó 3,049,646 en 6 semanas; *Seis días en la oscuridad* recaudó 2,679,680 en 5 semanas; *Alex Lora, el esclavo del roncanrol* recaudó 1,519,316 en 2 semanas; *Una de dos* recaudó 1,030,233 en cuatro semanas y *Ya no las hacen como antes* con 792,789 en 3 semanas.

[86] .- Consultar Anexo V para revisar el comportamiento de la oferta del cine mexicano en las salas de cine en Guadalajara 199 –2004)

[87].-En estos títulos de películas mexicanas taquilleras predominan los géneros y sub géneros cinematográficos en voga: drama de juventud urbano, comedia juvenil, comedia urbana y road movie.

Como por ejemplo los Multicinemas de la Gran Plaza, del Centro Magno, del Centro Pabellón, del Centro Carrefourç donde está el complejo de los Lumiere, los Cinemark, y aquellos de Plaza México, que son en primer lugar: los que más salas de cine albergan, los más populares porque es aquí donde se dan cita la mayoría de los jóvenes de Guadalajara y, los que alcanzan a cubrir la mayoría de las colonias donde se concentra la población social de los estratos medios altos y altos. En contraste con las sectores populares que tienen menos opciones en cantidad de las pantallas de los Multicinemas; Tolsa, Normal, Río Nilo, Centro Arboledas, Plaza Oblatos, y Plaza Revolución e Independencia. En cuanto a la programación no se adviertes marcadas diferencias, ya que como los circuitos de cine están manejados por las mismas casas distribuidoras, la oferta es casi la misma. Las diferencias están también en el costo de las entradas, y en el acceso de transporte a los complejos.

Esta movilización geográfica que han tenido las salas de cine en Guadalajara son muy importantes para la segregación de la audiencia por estratos sociales, sobre todo por las zonas tan marcadamente diferenciadas en que se encuentran ahora. Ello significa que la topografía de los cines ha venido definiendo también la diversidad de los segmentos de audiencia.

5.- DOS CASOS INÉDITOS EN GUADALAJARA

"En Guadalajara cuando nace un niño los doctores para saber que va ser de grande le meten el dedo por el culo, si da una patada es que va ser futbolista, si grita es que va ser mariachi, si se rié es que va ser marica, ¿y si es niña? Nos esperamos a que cumpla 18 años para meterle nosotros el dedo" (Octavio platicando con Susana durante el desayuno, en Amores perros)

El estreno de *Amores perros* en Guadalajara el 16 de junio del 2000 no pudo tener mejor acogida, permaneció en cartelera hasta el 22 de septiembre en corridas diarias en todos los complejos de cine que hay en la ciudad con exhibición hasta en dos y tres salas de algunos de ellos.[86]

La llegada de la película a las mega pantallas estuvo precedido por una campaña publicitaria que incluyó *spots* radiofónicos, programas especiales en la televisión con entrevistas al director, avances en las salas de cine, espectaculares publicitarios en las calles de la ciudad y en el transporte urbano, acompañados del rostro de Gael García y slogans que adelantaban el tema de la película: "Tres vidas que chocan nos dejan ver lo perro de las relaciones humanas" y "Lo peor que puedes ver en esta película es a ti mismo", así como notas diarias en la prensa local.[87]

Amores perros alcanzó tanta popularidad en Guadalajara, que incluso, al cabo de algunos meses después de exhibida, escuchar hablar de ella en diferentes ambientes era un

---

[86].- En una nota publicada el 23 de junio del 2000 en el diario *Público,* el señor Ángel Moreno, director de la Cámara Nacional de Cine en Jalisco, expresaba que *Amores perros:"*en tan sólo su primer fin de semana en la cartelera tapatía había recaudado 507,429 pesos, equivalente a una audiencia de 14,500 personas, una cifra bastante fuerte para una película mexicana que se había estrenado en verano. El gran rival de *Amores perros* es *Misión Imposible 2*que se estrena hoy en 44 pantallas, contra 23 que inauguraron *Amores perros".*

[87].- La primera nota nacional que anunciaba la presencia de *Amores perros* en el Festival de Cannes fue el 28 de abril del 2000 en el diario capitalino, *Excelsio*r. A partir del 19 de mayo y hasta octubre del 2000 se publicaron notas en los diarios más importantes de Guadalajara: *Público, El Informador, El Occidental y Mural.* Pero fue notorio que previo al estreno y durante la primera y segunda semana de exhibición, se publicaron notas diariamente.
Consultar la relación cronológica de todas las notas publicadas a nivel local, nacional e internacional en el ANEXO número VI.

lugar común. Se impuso la moda para muchos jóvenes de teñirse el pelo, muy al estilo del "Jarocho"- rubio oxigenado encima de una tez morena - y un rostro salvaje y rudo, y en casi todas las radiodifusoras de la ciudad no cesó de escucharse a Celia Cruz y "La vida es un carnaval". La salida del *sound track* de la película se agotó en los primeras semanas de su comercialización,[88] y el rostro del nuevo icono del cine nacional, Gael García Bernal, ocupó las portadas de las revistas nacionales más populares.[89]

No obstante, en algunas salas de cine de la empresa Cinépolis (Centro Magno) se impuso un estricto control de censura para impedir que menores de 18 años entrarán a ver la película, pero si se les permitía ver la película *Misión imposible 2,*cuya clasificación B restringía la entrada a menores de 12 años.

---

[88].- Lyn Fainchten, supervisora musical de los tres sencillos y los dos compactos de la película, aseguró que: "*Amores perros* llevaba vendido en tan sólo doce días de haber sido lanzados al mercado, 44, 700 piezas. (*Uno más uno*, 14 de julio del 2000). Hasta antes de *Amores perros,* solamente *Danzón* de María Novaro se había lanzado con su CD. A partir de entonces, muchas otras películas mexicanas han adoptado esta nueva estrategia mercadotécnica.

[89].- La película lleva en su haber más de una treintena de premios en Festivales de Cine de la talla de: Cannes, Edimburgo (premio al mejor director), Flandes, Chicago, Los Angeles, Montreal, Bogotá, Valdivia, Sao Paolo, Tokio, Oslo, Huelva, Lodz, La Habana, Kiky Liubi y Oporto, así como varias nominaciones a la mejor cinta extranjera en la edición 73 de los Oscares y mejor película extranjera en los Globos de Oro en 2001. En mayo 28 del 2001 la Academia Mexicana de Ciencias Cinematográficas la galardonó con 10 premios, mejor conocidos como Arieles. La película se ha estrenado en 20 países, entre latinoamericanos (Argentina, Colombia, Chile, Brasil, Perú y Venezuela), en Estados Unidos y otros países del viejo continente, como España, Inglaterra e Italia. Así mismo, la película la compraron varios países extranjeros, entre los que destacaron: Estados Unidos, Francia, Italia, Inglaterra, Israel, Japón. (*Público*, 18 de junio del 2000)
Para le 75 edición de los Oscares (marzo del 2003), la película estuvo nominada en la categoría a mejor guión original, en competición con *Hable con ella* de Pedro Almodóvar. Por su parte, la Asociación de Críticos de Cine de Los Angeles, le otorgó el reconocimiento como la Mejor Cinta Extranjera del 2002.
Otro dato inédito para la historia del cine nacional, es que a dos años de la producción de la película, el Instituto Británico de Cine (*British Film Institute*) en su colección de Clásicos Modernos editó un libro dedicado a *Amores Perros,* escrito por uno de los más prestigiados estudiosos británicos del cine latinoamericano, Paul Julian Smith y catedrático en la Universidad de cambridge, Inglaterra. En publicaciones periódicas británicas como *Time Out*, *Magazine Observer,* se le califica a *Amores perros* como una "película de culto" (*Magazine Observer,* Mayo 17 del 2004).
Cuatro años después, el actor protagónico, Gael García Bernal, apenas conocido por el cortometraje *De tripas corazón* (1989*)* del cineasta tapatío Antonio Urrutia, robó la atención de directores de la talla de: Pedro Almodóvar (*Mala educación,* 2003*),*de Walter Salles (*Viaje en motocicleta,*2003*),* en esta última reencarna a uno de los iconos mayores de la historia de Latinoamérica, el "Che" Guevara, por citar dos de las cuatro películas extranjeras en las que ha trabajado. Así mismo, y a lo largo de estos tres últimos años, su rostro no ha dejado de aparecer en las principales portadas de revistas, tanto de moda y espectáculos, como de cultura y cine. En el extranjero se le identifica como el "*sex male*" del cine latinoamericano.

La recepción en la prensa local fue unánime en calificarla como una de las mejores películas mexicanas de las dos últimas décadas, y en todos los diarios de la localidad se publicaron entrevistas con el director y los actores, e incluso algunos reporteros fueron a entrevistar a la audiencia a la salida de los cines, modalidad periodística que no suele practicarse en el ámbito del periodismo local. Entre las voces calificadas de la crítica cinematográfica de Guadalajara, como es el caso de Jorge Molina, expresaron lo siguiente: *Amores perros da la perfecta unión de un cine inteligente hecho para entretener, pero que no por ello hace un lado su responsabilidad como poderoso medio de masas para mostrar y hacer reflexionar al público mexicano de diferentes estratos sociales y económicos sobre los distintos rostros de un país tan plural y heterogéneo como el nuestro. Es una película de varios niveles de lectura, que habla de una descomposición social, moral y política.*[90]

Sin embargo, a nivel de la crítica nacional, se difundieron diferentes interpretaciones, que bien vale la pena recordar porqué cada una en su estilo, rescata a otro de los personajes más importantes que conlleva la película, la ciudad de México, y representan la visión y la opinión de cuatro de los más destacados estudiosos y críticos de cine, por ejemplo la del especialista Gustavo García, quien vaticinó la fugacidad del tan sonado "boom del cine mexicano": *Amores perros es solamente el afán celebratorio derivado de la feria de los "millones de espectadores" y los demenciales taquillazos (en rigor sólo dos, Sexo pudor y lágrimas y La ley de Herodes) en que la publicidad ha convertido al cine mexicano desde hace dos años y que ha transformado en fábrica de obras maestras una posindustria que no sale aún del síndrome de la ópera prima del ex conductor y ejecutivo radiofónico Alejandro González Iñárrtitu. La película no oculta su pretensión sociológica, su ambición panorámica de un estado de ánimo llamado "la*

[90] .- Cfr. *Público*, 23 de junio de 2000.

ciudad de México en tiempos de crisis"..... Pero tras la precisión de detalle social se esconde una lectura de clase muy semejante a la del maestro obvio de González Iñárritu, Arturo Ripstein: los miserables carecen de toda capacidad de discernimiento, de toda calidad para salir del hoyo.[91]

Al tenor de esta misma apreciación, uno de los más controvertidos estudiosos y críticos de cine, Jorge Ayala Blanco, escribió en su muy particular estilo que lo ha caracterizado desde hace más de tres décadas lo siguiente:

Amores perros o la moralina estereotipada. Estrato lumpen o clase dominante, sin nada en medio. Estereotipos lúmpenes reducidos a raterillos o hampones profesionales, madres objetas que no más por joder se niegan a cuidar al bebé de la nuera estudiante. Una exasperada e hipotética urbe grotescamente antihumana se reduce a espacios sin lugar y lugares sin espacios: el DF.[92]

Rafael Aviña por su parte, se inclinó por manifestar los aciertos que en materia narrativa y estética tiene la película para construir esa imagen devastadora de la gran urbe de nuestro país:

Amores perros rebasa el simple nivel de la referencia cinematográfica de para proponer una perspectiva de la realidad perra y salvaje; la de un México profundo y cotidiano al mismo tiempo; el de una sociedad que ha equivocado el rumbo y en la que resulta común la violencia, el engaño, el odio entre hermanos y la amargura como sustituto de la adrenalina. Sin embargo, González Iñárritu y su guionista Guillermo Arriaga no han intentado crear una apología de la violencia sin reflexionar sobre las consecuencias de la

---

[91] .- Cfr. En la revista *Letras Libres,* "Toda la carne al asador", julio 2000.
[92] .- Cfr. *El Financiero*, "Gonzáles Iñárritu y el tremendismo chafa",19 de junio del 2000.

génesis de ésta y jugar con esa paradoja desde la perspectiva de tres historias, consiguiendo así un retrato del desencanto citadino.[93]

La ciudad de México se convirtió en ese territorio común sobre el cual conminaron las criticas, y ésta fue vista no tanto como un paisaje social, sino como un campo de batalla de las emociones. El propio director lo expresó en reiteradas ocasiones:

Amores perros es un experimento antropológico del que yo me siento parte. Soy sólo uno de sus 21 millones de habitantes. Eso es lo que para mí es Amores perros: un fruto de esa contradicción, un pequeño reflejo del barroco y complejo mosaico que es ella. [94]

Pero también, y a decir de uno de los cronistas y especialistas en cine más leídos en México, Carlos Monsiváis, la película merecía ser vista porque:

Amores perros marcó un hito en un cine que se estaba cayendo, es un repunte a la juventud, a la sangre, a la entraña, a la víscera y creo que hay que hacerse otros tacos de esos ingredientes y comérnoslos enteros para inspirarnos.[95]

Todas estas apreciaciones inmediatas al estreno de la película, tuvieron una gran importancia porque prejuzgaron las interpretaciones ulteriores y se integraron a la ya larga historia que se ha construido sobre la película a partir de su estreno. En este sentido, una realización fílmica es también lo que se dice o escribe a propósito de ella, la manera en que se la ha comprendido en el momento mismo de su exhibición, o bien el documento sobre el cual, tanto periodistas, analistas y audiencia en general pueden hacer sus propios juicios. Todas estas manifestaciones no son otra cosa que aquellas "comunidades de interpretación" a las que alude Guillermo Orozco (1996), y que son en suma las que ayudan a que un referente mediático tome dimensiones distintas de cinevidencia.

---

[93] .- Cfr. *Mural,* Primera Fila, "Cine desde las entrañas" , 16 de junio del 2000.
[94] .- Cfr. *Uno más uno*, "Geografía perra", 15 de junio del 2000.
[95] .- Cfr. *Público*, "Lo local y lo global", 21 de octubre del 2000.

En este sentido, pienso que *Amores perros* se recibió por la prensa nacional con escepticismo por sus propuestas narrativas y estéticas, pero es innegable que la recepción de la prensa, local y nacional no pudo menos sino reconocerla como una pieza artística de un cine innovador, y en menos de un año, la película fue el referente de un cine nacional, diferente y realista.

A partir de los resultados de las encuestas orales y escritas pude constatar que la mayoría de los segmentos de audiencia en Guadalajara vieron la película desde los primeros días de su estreno, 16 de junio del 2000, lo cual es un indicador de que funcionó la campaña publicitaria que antecedió el estreno de la película, pero también se advirtió la influencia que tuvieron las dos últimas películas mexicanas, *Todo el poder* y *La ley de Herodes*, mismas que se habían estrenado justamente a principios del año 2000. Así como la secuela de éxito que había dejado *Sexo, poder y lágrimas* en 1999. Al final de la encuesta, algunas personas me comentaron sobre estos títulos y señalaron diferencias, tales como: "*ya sabemos que la política en este país es bien corrupta, para qué vamos a verla al cine de nuevo*" (**un estudiante de preparatoria**); "*a mí me gusta el cine mexicano que te muestre cosas nueva*s" (**una señora paseando con su familia en la Plaza Tapatía**); "*a mi me gustó mucho la película mexicana en la que sale Jorge Salinas, y me divertí mucho*" (**una jovencita en la Plaza de Analco**). [96]

Por su parte, la película *¡Y tú mamá también!* se estrenó en Guadalajara el 8 de junio del 2001 en los complejos de cine más populares; Cinemex (2 salas), Lumiére (dos salas), Cinemark (dos salas), Versalles, Centro Magno (tres salas), Centro Pabellón (dos salas), Gran Plaza (dos salas), Plaza Arboledas, Cinemas Tolsa, La Normal, Independencia, Plaza

[96] .- Estos testimonios no remiten a otras categorías referenciales debido a que fueron encuestas orales a personas que no mostraron mucha disponibilidad para responder a todos los datos, algunos estaban de prisa, otros se mostraron intimidados y opté por no insistir.

del Sol y Oblatos. A partir de la quinta semana, la película fue saliendo en todas estas salas, hasta quedar solamente en las más grandes,[97] y en tres salas de cine independientes, tales como: Salas Lux, Cinematógrafo por diez semanas más consecutivas. En total, la película se sostuvo por dieciséis semanas en exhibición.

Al interior de la ciudad se suscitó el mismo fenómeno que con *Amores perros*, el tema de moda era hablar de la película, y ver formados a las afueras de los cines a una audiencia mayoritariamente joven, de entre 18 y 20 años, hasta adultos que acompañaban a sus hijos. Los rostros de los nuevos galanes del cine mexicano, Gael García y Diego Luna monopolizaron las portadas de las revistas más populares mexicanas. En casi todos los medios periodísticos y televisivos se les entrevistó, y el resonado tema de los Bukis, "*Sino te hubieras ido*",[98] volvió a ocupar los primeros lugares en todas las radiodifusoras, e incluso en los bares y *discoteques* donde este género musical no suele ser el preferido de las juventudes asiduas y adictas a la música electrónica. Este tema musical se convirtió en el himno de la juventud, y hasta con filarmónica se llegó a grabar.[99]

---

[97] .- Cfr. *Público*, 14 de julio del 2000.
[97].- Cadenas de cines que tienen de 8 y hasta 19 salas de cine ubicadas en los complejos: Lumiére, Cinemark, Hollywood Cinema, Centro Magno, Centro Pabellón, La Gran Plaza, Arboledas y Tolsa.

[98].- Exito musical a mediados de los ochenta, interpretado por Marisela, cantante chicana que para esas fechas era integrante del grupo de los Bukis..
[99].- *¡Y tú mamá también!* estuvo nominada al Globo de Oro en enero del 2002, se presentó en los festivales de cine internacionales más importantes, tales como: el de Venecia, donde fue merecedora de ovaciones y reconocimientos; para abril del 2002 la película se exhibió comercialmente en las más importantes ciudades de Estados Unidos, con 40 copias, y apenas en tres semanas ya había recaudado 1.6 millones de dólares; en Europa la compararon Inglaterra, España, Italia y Francia. Concretamente en Londres se dio un caso insólito, la película permaneció en cartelera 11 semanas consecutivas de exhibición. La última película mexicana que había logrado *records* de taquilla similares en el Reino Unido había sido *Doña Herlinda y su hijo* (1986) de Jaime Humberto Hermosillo, misma que permaneció a lo largo de un año en cartelera.

Por comentarios de los jóvenes participantes en el trabajo de campo pude corroborar que al cabo de su estreno, una mayoría compró de inmediato, primero el *sound track*, el video pirata, y adquirieron el DVD en cuanto salió al mercado.[100]

El estreno de *¡Y tú mamá también!,* estuvo precedido de una ola de denuncias por parte de la Dirección General de Radio Cine y Televisión de Gobernación, instancia que le había otorgado la categoría "C" (solo para adultos). A decir de su titular de Cinematografía de RTC, Emilio Cárdenas: *Clasificar no es censurar. Los parámetros que utilizamos para clasificar una cinta son universales a las legislaciones de otros países: consumo de drogas, lenguaje, violencia y sexualidad*.[101]

A lo cual el productor tapatío, Jorge Vergara,[102] los protagonistas mexicanos Gael García y Diego Luna y la española Maribel Verdú, así como el director Alfonso Cuarón protestaron por dicha clasificación y pidieron la reclasificación "B" para que los adolescentes pudieran ver la cinta, aludiendo que: *RTC es uno de los rezagos que tenemos del gobierno priista. Debe desaparecer. No hay una ley que sea específica, es más bien el criterio del burócrata. En Francia ¡Y tu mamá también! podrán verla mayores de 12 años.*

---

[100].- Vale la pena mencionar que el DVD fue un producto especialmente producido con un CD interactivo a través del cual los usuarios pueden realizar el viaje de los protagonistas de la película encontrando escenas inéditas y nuevas maneras de interactuar con los protagonistas.

[101].- Javier Betancourt, *Proceso*, 17 de junio del 2001.

[102].- El empresario Jorge Vergara y Alfonso Cuarón fundaron la empresa Anhelo con la que produjeron *¡Y tu mamá también!* e impulsaron la disquera Suave. Reinvirtieron el 100% de las ganancias de la película a la compañía para producir películas de otra gente. Se manejan dos productoras, Anhelo México y Anhelo Hollywood.

En el país no se entiende que el mexicano ha alcanzado una madurez mucho más evolucionada que el europeo.[103]

La realidad fue que la película se estrenó con clasificación "C", pero era notorio ver en las filas de las salas de cine, a jóvenes menores de 21 años, y a decir de mis informantes jóvenes, la película a una semana de su estreno se podía comprar en versión pirata en el Mercado de San Juan de Dios.

La prensa local le dedicó notas a su exhibición antes, durante y muchos meses después de su estreno, sobre todo cada vez que la película se exhibía en festivales de cine internacional. La mayoría de las notas publicadas se remitían a hablar sobre las confrontaciones entre los censores y el productor tapatío, y el escándalo que vaticinaba la exhibición de la película por las escenas de sexo que se mostraban, las ganancias recabadas en taquilla, pero muy pocas asumieron una apreciación crítica sobre la película.

Destaco las opiniones de críticos de la localidad que publicaron sus opiniones después del estreno de la película en Guadalajara. Como enviado especial de el diario *Público* al Festival de Venecia, donde participaba *¡Y tú mamá también!*, Jorge Molina señaló entre otras cosas, las marcadas diferencias que había entre la audiencia mexicana y la audiencia europea que estaba aplaudiendo y dándole a la película un reconocimiento especial en Venecia:

Fue un público más maduro (debido a que es una audiencia mucho más especializada), pero siguieron con atención las historias paralelas, el retrato del mosaico social presentado, y reaccionaron con sorpresa – pero no escandalizados como si sucedió en México – ante la sorpresiva escena del beso.[104]

---

[103] .- Javier Betancourt, *Proceso*, 17 de junio del 2001.
[104].- En *Público,* "Cálida acogida a Y tú mamá también", 31 de agosto de 2001.

Por su parte, Ernesto Diezmartínez, a quien no le había entusiasmado mucho la película la primera vez que la vió, publicó una segunda nota debido a que había vuelto a verla en DVD, y había decidido darle una segunda oportunidad. Con franqueza, y sentido crítico expresó lo siguiente:

La verdad sea dicha, no cambié de opinión: el film sigue pareciéndome interesante aunque creo firmemente que ha sido excesivamente elogiado. Y tu mamá también (sic) es un fascinante film sobre la sexualidad, la hipocresía, los valores entendidos y las relaciones sociales de la juventud mexicana. Sin embargo, para disfrutar de estos ¿30 minutos? de gran cine, el espectador tiene que armarse de paciencia y soportar lo siguiente:

Primero los peores clichés del cine chilango de los 90`s (desmadre más o menos gracioso, fumada de marihuana a discreción).... Segundo: la insoportable visión turística –chilanga de la provincia mexicana... Tercero: el final que tiene Luisa, quien es condenada de la enfermedad de AllyMcGraw...

A pesar de todo estos peros, creo que Y tu mamá también es una película digna de ser discutida; nunca alabada acríticamente como ha sucedido en casi toda la prensa capitalina.[105]

La recepción de la película a nivel de la prensa nacional se manifestó en críticas centradas sobre la película, y no tanto en los éxitos mercadotécnicos o en su paso por los festivales, sin embargo, las reacciones fueron polémicas y poco complacientes con la película. Javier Betancourt la calificó de ser una película:

Cuya fórmula no podría ser más eficaz; pero se requiere de mucho oficio para hacerla funcionar: Triángulo de dos adolescentes machines con una mujer mayor, extranjera para colmo, sexo, mucha mota y sorpresa final. Educación sentimental a la mexicana. Celos,

[105] .- En *Mural*, "Tienes que verla también", 21 de diciembre de 2001.

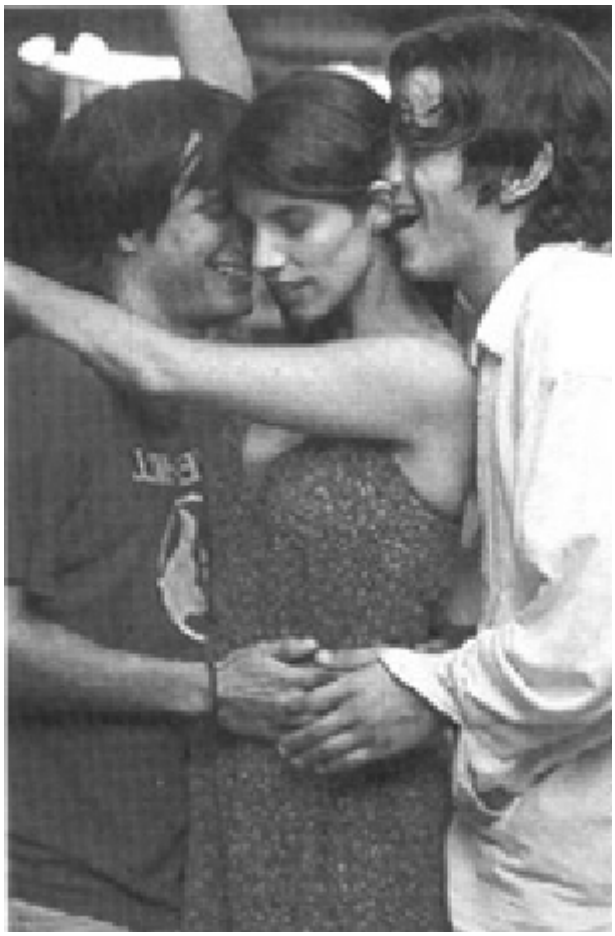
traición, cobardía, y descubrimiento de la víbora enroscada en la mera raíz del machismo.[106]

Paradójicamente la prensa extranjera recibió la película desde otra perspectiva, por ejemplo en una de las revistas de cine especializadas en Inglaterra se le ponderó como: *La única película mexicana contemporánea que revisa los modelos de género e identidad mexicana de un Nuevo México y una nueva audiencia internacional. ¡Y tú mamá también! marca un nuevo momento cinemático que coincide con un nuevo orden político. De tal manera que la película puede ser re leída como la Nueva Ola Mexicana.* [107]

En algunos diarios de la ciudad de Los Angeles, cuando la película estaba compitiendo por el Globo de Oro - marzo del 2002 - los encabezados la anunciaban como: "Una nueva revolución mexicana", en otra nota publicada en uno de los semanarios más leídos, *Los Angeles Weekly*, dedicaron si portada al still de la película donde aparecen el director y sus dos estrellas masculinas, en el encabezado de la nota se leía: "Y tú cine también; el cine mexicano va por los Globos", y entre las principales apreciaciones se destacaba los siguiente: *Cuarón es no solamente uno de los directores mexicanos más destacados de esta generación, sino la punta de lanza de una nueva internacionalización de cineastas mexicanos.*[108]

---

[106] .- En *Proceso*, 17 de junio del 2001.
[107] .- Cfr. Paul Julian Smith, en la revista *Sight and Sound,* abril, 2002.
[108] .- Cfr. s/ a, *Los Angeles Weekly,* 8 – 16 de marzo del 2002.



Maribel Verdú, Gael García Bernal y Diego Luna en *¡Y tú mamá también!*

Estas opiniones y lecturas sobre la película resumen la manera en cómo interpretamos la realidad dependiendo del momento histórico en el que se están ejerciendo los códigos de videncia para construir y reconstruir una realidad social, frente a una propuesta fílmica que manifiesta una realidad del México moderno, independientemente de cuales hayan sido sus cánones de representación y estética.

Las propuestas fílmicas de Alejandro González Iñàrritu y Alfonso Cuarón no son actos fortuitos de representación de un momento histórico social y cultural que está viviendo el mexicano de finales del siglo XX y principios del siglo XXI. Ambos relatos,

cada uno centrado en sus temáticas específicas y en sus búsquedas muy personales, y llevados a la pantalla con una factura irreprochable, tienen un significado muy especial en cada una de las situaciones y maneras de resolver los conflictos de los personajes, así como para plasmar un retrato de la diversidad cultural del México contemporáneo. Sin embargo, no podemos negar que ambos, y con ayuda de sus productores, supieron armar toda una maquinaria de publicidad y mercadotecnia que vino a favorecer el éxito nacional e internacional de ambas películas.

5.1.- *AMORES PERROS,* LA DOBLE MORAL DEL MEXICANO

Amores perros es ante todo una película que tiene una gran fuerza visual y dramática que se sostiene, no obstante su larga duración (poco más de dos horas y media), y una obra muy rica en matices y en estilos que remite a lo que ha sido el cine urbano en México a últimas fechas. Pienso que los extremos son las premisas de su relato: el amor, la muerte y la redención unidos por un terrible accidente automovilístico en el que coinciden un perro negro de pelea (el Cofi); un joven llamado Octavio(Gael García) enamorado de su cuñada Susana (Vanessa Bauche); un publicista casado (Älvaro Guerrero), que abandona a su esposa e hijas por una atractiva modelo española, Valeria (Goya Toledo), y un ex profesor universitario y ex guerrillero, "El Chivo" (Emilio Echevarría) que deja a su familia por sus ideales revolucionarios.

El relato está contado a través de tres historias. La primera de *Octavio y Susana* es la más dinámica y agresiva. Inicia vertiginosamente con una persecución de dos jóvenes mentando madres y pisando el acelerador a fin de escapar de sus perseguidores; en el asiento de atrás se desangra el perro Cofi. Un choque termina con este vértigo visual de arranque. Posteriormente nos adentramos en arenas donde hay peleas de perros y en un

departamento donde viven Susana, su bebé y su esposo, Ramiro, así como Octavio, el hermano menor, y la madre de los dos varones.

A lo largo de todo este primer episodio se recurre al lenguaje del video clip y al uso de cámara en mano para sostener un ritmo rápido que no permite distraer la atención de la audiencia, así como un montaje perfectamente planeado para vincular y presentar el drama central de este episodio - un triángulo amoroso entre dos hermanos y la mujer de uno de ellos -.

Paralelamente se nos van presentando los personajes que protagonizan las otras dos historias. Solamente que a diferencia de aquellas, en ésta se hace alarde de una puesta en escena realista, economía de diálogos, y una gran inventiva para contar las intrigas y las escenas dramáticas a través de imágenes fuertes y de una gran carga emocional.

La mayoría de los personajes de esta historia (Octavio, Ramiro, "El Jarocho", el amigo de Octavio, y la propia Susana) son jóvenes de estrato bajo de un barrio popular de la ciudad de México. Por su manera de hablar, vestir, y por ciertas prácticas culturales, tales como: escuchar rock en español, andar en patineta, correr a altas velocidades los carros, formar parte de pandillas de la calle, ver televisión en la casa (películas mexicanas de antaño), vivir en la casa materna y soñar con irse de mojados a Estados Unidos de América, sobre todo los personajes masculinos son fácilmente identificables con la audiencia joven y se conviertan en piezas claves para que la audiencia se sienta atraída.

El espacio geográfico lo relacionamos con la ciudad de México a través de algunos exteriores identificables, pero no tanto por la manera de hablar de sus habitantes. El barrio podría ser cualquier barrio popular de una ciudad mexicana, y ello se debió a la factura tan realista que tiene la película. Para ello, pienso que contribuyó de manera notable el trabajo del fotógrafo Rodrigo Prieto, quien expresó que: *lejos de buscar imágenes bellas que*

acompañaran la historia, el objetivo era retratar a los personajes en su contexto físico y emocional de una manera realista a la vez que poderosa; liberar a la cámara de las ataduras y limitaciones tradicionales y convertirla en un personaje vouyerista que observa todo lo que ocurre.[109]

Las peleas de perros, los asaltos a la farmacia y el banco funcionan como elementos de violencia y como catalizadores de una problemática social que se vive actualmente en las grandes ciudades: delincuencia, desempleo y crisis económica.

La segunda historia *Daniel y Valeria,* es totalmente diferente a la anterior. Está ubicada en un medio social diferente, el estrato medio alto empresarial de los publicistas y los modelos. Narrativa y visualmente el relato disminuye de tono en todos los sentidos, lo cual sirve no solamente para bajar los sesenta minutos de adrenalina, pasión y violencia del primer episodio, sino también para asimilar la fuerte carga irónica de este relato.

La historia se centra en el drama de una hermosa y famosa modelo Valeria, y Daniel su amante, un hombre casado que abandona a su esposa e hijos. Valeria pierde su pierna en el choque y queda postrada en una silla de ruedas, contemplando a través de la ventana de su nuevo hogar el anuncio espectacular que exhibe su escultural figura.

La historia sirve como enlace de los tres episodios, ya que nos va dando referencias del antes y después de la primera, y nos introduce al protagonista de la última historia, "El Chivo", a quien hemos visto desde la primera historia en diferentes momentos (pepenando basura al lado de sus perros, con cuchillo en mano para enfrentar a la banda del "Jarocho" y su perro, cargando un arma con la que luego lo veremos asesinar a un empresario, recortando esquelas del periódico que luego lo conducen a un funeral), pero del que sabemos muy poco de su identidad, o del lugar que ocupa como pieza dramática del relato.

[109].- Cfr. *Uno más uno*, 15 de junio del 2000.

La tercera y última historia, *El Chivo y Maru,* es un melodrama de principio a fin, muy del estilo de los melodramas mexicanos de los años 40´s por la representación fílmica que se hace de "El Chivo",[110] primero como gran héroe del relato, y segundo como mediador entre el conflicto de dos medios hermanos *yuppies*, a través de su historia personal. Nos enteramos sobre los antecedentes de "El Chivo" por boca de un oficial de la procuraduría quien lo describe como: "*era un guerrillero",* el hermano *yuppie* que quiere contratar a "El Chivo" para que maté al otro hermano *yuppie* pregunta: *"¿Así como los zapatistas?"*, el oficial responde: "*Andale nomás que éste era un hijo de puta. Puso una bomba en un Centro Comercial. Era maestro en una universidad privada. Un día abandonó a su familia y se fue de guerrillero. Se le tronó la cabeza y hasta teporocho se volvió".*

El conflicto de estos socios - hermanos (Caín y Abel), sirve de fondo para reivindicar a "El Chivo" frente a la vida, con su hija y con él mismo, para finalmente convertirlo en el único personaje que tiene una salida más o menos decorosa, comparada con las de Octavio y Valeria.

A decir de la estudiosa del cine latinoamericano, Laura Podalski: *El Chivo en su papel de marginado social, y quien trata de reclamar la familia que perdió por involucrarse con la guerrilla en los años 70`s, lo sitúa frente al espectador cómo una noción dominante del pasado, el presente y sus relaciones entre las dos.*[111]

---

[110].- El esquema de la mayoría de los melodramas de estos años obedecían a las reglas más ortrodoxas del género; sus personajes estaban determinados por un ordenamiento moral (Dios, la ley divina, el destino) que gobierna los hechos y las conductas de los personajes, también perfectamente bien definidos por el bien y el mal. Para mayor información sobre este tema consultar: Monsiváis, Carlos y Bonfil Carlos (1996), Paranagua, Paulo (1995).

[111].- Cfr. en la Revista de cine *Screen,* Núm 443, otoño del 2003.

Así mismo, pienso que esta construcción social y dramática del personaje a la que alude Podalsky, guarda una fuerza mayor de identificación con la audiencia, por su dimensión redentora; desde el principio de la película lo vemos como una persona detestable, y termina como alguien digno de amarse. Hay dos escenas claves que están perfectamente bien armadas para el cierre de la película; aquella en la que está "El Chivo" dentro del departamento de su hija dejándole un mensaje que decía lo siguiente:

"Marú, mi amor, te habla Martín tu papá, tu papá de sangre, debes pensar que se trata de una broma absurda después de tanto tiempo. Soy el fantasma que sigue vivo. Cuando te dejé tenías apenas dos años, pero no ha habido un solo momento en que no haya pensado en ti. Quería componer el mundo para después compartirlo contigo. Acabé en la cárcel.

Voy a regresar a buscarte, cuando tenga valor para mirarte. Te quiero mucho mijita".

El colofón de ésta, luego de varias saldos de cuenta que "El Chivo" hace con la vida, será la escena final en la que vemos a nuestro héroe totalmente cambiado, física y moralmente, encaminándose junto a el "Cofi" en búsqueda de un destino mejor, no sabemos cuál, pero será uno mejor que el de: un ex guerrillero, un indigente o un asesino a sueldo.

En el terreno de lo propiamente narrativo existen fuertes ligas entre los principales personajes (Octavio, Valeria y "El Chivo"), aparentemente perdedores, pero que tienen que sucumbir ante la adversidad de la vida, justamente porque están armados en el marco de los cánones más tradicionales del melodrama mexicano.

A propósito de este construcción dramática de los personajes el director expresó lo siguiente: *Son personajes rebasados por su naturaleza animal; son personajes que están al límite, con los que me siento muy entrañado y con mucha empatía, ya que son personajes muy débiles, tienen mucha vulnerabilidad, mucha fragilidad, como somos los seres*

humanos; y me encanta esa debilidad porque precisamente es ahí donde está su fuerza, su heroísmo....[112]

Yo también agregaría que ello tiene una justificación con la triada de la narrativa (tres episodios, tres personajes protagónicos, tres perros, tres perspectivas diferentes del choque) que maneja la película y que se vincula con el sistema de valores basados en una doble moral: negro y blanco, rico y pobre y bueno y malo. Y en ello incide el trasfondo de los tres relatos, la redención de sus personajes. De tal suerte que, a Octavio no le importará si

"Dios se sigue riendo de sus planes", y Valeria seguirá siendo lo que ha perdido. En el fondo, ambas situaciones y muchas de la palabras y frases puestas en la boca de los actores y actrices de la película, son en suma, lo que finalmente llevó al director a realizar esta película. En sus propias palabras, González Iñárritu expresó: *El círculo nunca se cierra, el dolor es también el camino hacia la esperanza".*[113]

Detrás de esta declaración se esconde la moraleja que finalmente tiene este relato fílmico, y que no obstante las diferencias en las categorías referenciales de la audiencia buena parte de ella percibió lo que había detrás de las construcciones dramáticas de los personajes, cómo por ejemplo estos dos testimonios de encuestados oralmente en la Plaza Tapatía: "*Me gustó por su contraste social y la triste impresión que te deja el final de los chavos*" (**hombre, 18 años, con escolaridad hasta primaria, estrato bajo***)*; "*La verdad no le entendí muy bien, pero me gustó, aunque ahí tú ves que no debes amar a una mujer casada"* (**hombre de 19 años, con estudios hasta preparatoria, estrato medio – bajo**);

---

[112] .- Cfr. *El Financiero*, 15 de junio del 2000.
[113] .- *El Financiero,* 15 de junio del 2000.

"*la moraleja de la película es que todos estemos en familia y no la reguemos. Uno se queda con esa enseñanza"*(**mujer, 20 años, estudiante de arte audiovisual, estrato medio**).

Igualmente una gran mayoría de los encuestados seleccionó como sus personajes preferidos a "El Chivo" y a Octavio, al primero porque: "*la historia y el personaje del Chivo son enigmáticos y complejos*", y al segundo porque: "*Octavio lucha por su amor prohibido*", porque "*Octavio y el Chivo tocan los extremos de sus personalidades*".

Dichas respuestas nos revelan como una versión moderna de "Caín y Abel" ubicada en diferentes sectores de México, nos habla también de una falta de fraternidad y una descomposición social que actualmente estamos viviendo, sobre todo en las grandes ciudades como la ciudad de México.

El interés que despertó entre la audiencia la película fue, a decir de una mayoría de los encuestados, porqué era una película mexicana, y en algunos casos la respuesta argumentaba el hecho de la buena calidad que a últimas fechas está teniendo el cine mexicano, o bien se hacían comparaciones con otras películas mexicanas, por ejemplo: "*es que chale, ya estuvo bueno de tanto churro gringo, ahora sí el cine mexicano nos está dando cosas padres y bien hechas*" (**estudiante de preparatoria en la Plaza San Isidro, julio 2000**); "*oiga sabe qué, a mí me gustó más esta película - Amores perros-, porque la otra, Sexo, pudor y lágrimas, estaba muy fresita*" (**joven paseando con sus amigos en la Plaza Tapatía, septiembre 2000**), o "*yo, ya van dos veces que la veo, y ya hasta me compré el video pirata y el CD doble, está cañón*" (joven a la salida del Cine Lux, julio 2000).

A una gran mayoría les gustó *Amores perros* por su estructura narrativa, textualmente contestaron: "*porque eran tres historias en una sola*" y porque "*refleja la sociedad en la que vivimos*". Fue muy representativo también que solamente cuatro

personas, de los 164 encuestados, manifestaron que no le habían entendido la manera de contar las historias.

Las respuestas mayoritarias reflejan mucho de la apuesta de la propia película, es decir, fragmentar el relato en tres episodios diferentes. Cinematográficamente hablando no es común optar por esta estructura en las películas mexicanas, los antecedentes más próximos y únicos, son las películas *El callejón de los milagros* (1994) de Jorge Fons y *La mujer del puerto*_(1997) de Arturo Ripstein . Como referente más próximo del cine extranjero estaría la película alemana *Lola corre Lola* (1999) de Tom Tykwer, exhibida en Guadalajara a finales de 1999 con buena recepción, y reestrenada en septiembre del 2000. Sin embargo, cabe aclarar que particularmente en *Amores perros* no es la misma historia vista a través de tres diferentes versiones, como serían los casos anteriormente mencionados, sino que son tres historias diferentes, con personajes diferentes, pero vinculados por dos cosas: el accidente del choque y la historia personal de "El Chivo".

Las dos historias que más les gustó a la mayoría fueron la de "Octavio y Susana": "*porque refleja la vida de la gente ordinaria*", "*porque es inesperada y fuera de lo común*", "*por la manera en que el chavo* (Octavio) *lucha por su amor*" , y la de "el Chivo y Marú" porque "*la historia del Chivo tiene una fuerte carga de emociones y sentimientos*" y "*porque es la más dramática*". [114]

Algunas otras respuestas mayoritarias aludieron a la buena factura de la película, haciendo énfasis a cuestiones muy relacionadas con la técnica del montaje, el uso de la música y la cámara en mano. Se puede apreciar una construcción de sentido muy particular; la mayoría de las respuestas de los estudiantes de Comunicación eran frases

[114] .- No remito a las categorías referenciales de estos testimonios, ni les doy voz individual, debido a que varias de ellas coincidieron en las mismas expresiones.

muy hechas y algunas propias de una audiencia que tiene una cultura cinematográfica, tales como: "*la modelo, me parece algo común, es la Tristana de Buñuel*" (**estudiante de 20 años del Centro de Arte Audiovisual**),

También fue evidente que en las respuestas de los sujetos –audiencia de estrato medio se racionalizaban más sus expresiones, a diferencia de aquellos sujetos de estrato bajo, quienes utilizaban un lenguaje llano y sencillo, y sus respuestas eran mucho más cortas y concretas.

Finalmente los resultados de *Amores perros* en pantalla fueron muy exitosos, estábamos frente a una nueva producción fílmica mexicana de excelente calidad técnica, con un ritmo vertiginoso, qué supo vincular con talento el lenguaje del video clip, una trama melodramática, en tres historias que tocaban el corazón y el estómago y una pista sonora que prendió la euforia de jóvenes y adultos.

5.2.- *¡Y TU MAMÁ TAMBIÉN¡*; EN EL LIMITE DE LA MODERNIDAD

Desde el punto de vista cinematográfico, la película es un *road movie*[115] de jóvenes y para jóvenes de estrato medio alto, con una buena carga de folclorismo, y que sugiere, un retrato muy realista de nuestra actual sociedad y sistema político.

El relato nos narra la historia del viaje que emprenden dos adolescentes Tenoch y Julio, ambos amigos desde la secundaria, con la prima de Tenoch, una mujer mayor que ellos, española, y a quien se le ha diagnosticado una severa enfermedad.

La película se abre con una plano general de dos jóvenes, Tenoch (Diego Luna) y Ana (Ana López Mercado), haciendo ansiosa y rápidamente el amor en la habitación de ella. La cámara nos muestra sobre todo el trasero de Tenoch, y en cuestión de segundos

[115].- Género cinematográfico que relata las aventuras de los personajes en un viaje por carretera.

pasamos a la siguiente escena donde está Julio (Gael García) en la casa de su novia, y cuyos padres le permiten que vaya a la recámara de ella (Verónica Langer) a ayudarle a buscar el pasaporte, sin más la chica se baja los pantalones y la ropa interior y ambos se acuestan en la cama. En seguida vemos un plano general donde están las dos parejas en el aeropuerto de la ciudad de México, despidiendo a sus respectivas novias que se van de viaje de vacaciones de verano a Italia.

Luego escuchamos una voz en *off* que nos notifica los antecedentes de este par de "charolastras" (calificativo con el que ellos mismos se denominan), mientras ambos van planeando qué reventón van a organizar para pasar el verano. Este narrador se convertirá a lo largo de la película en una especie de voz social, que en momentos sirve para ubicar el contexto, y también funciona como voz distanciadora y emisaria de la intimidad oculta de los personajes, pero que a ratos, francamente me parece que rebasa los límites de la obcecación para conformar un relato muy al estilo del cine de los setenta.[116]

El director nos lleva luego a una boda glamourosa, muy "a la mexicana", de las que se estilan entre la clase política mexicana moderna – mariachi, banquete suntuoso, la "gente bonita" de la mejor sociedad", y donde, obviamente el presidente de la República es uno de los invitados especiales. La novia es pariente de Tenoch, quien al lado de Julio están tratando de hacer mofa de toda esa farsa, pero además se encuentran con Luisa (Marilú Verdú), esposa de un pariente de Tenoch. Los chicos empiezan a conversar con ella, y a ver la manera de ligársela. A lo más que llegan es a invitarla a un viaje a un lugar llamado "*La boca del cielo*", al cual llegarán los tres, después de un largo viaje de encuentros y desencuentros de todo tipo.

[116] .- Una de estas primeras voces conscientizadoras apareció en *Canoa* (1975) de Felipe Cazals.

En esta travesía, los tres personajes se logran conocer y confesar sus más íntimos secretos, desde los más profundos y personales, hasta los más chuscos, como sucede cuando Tenoch y Julio se confiesan haberse acostado con sus respectivas novias, y lo que derivará en una escena de celos, por demás identificable con las comedias del cine mexicano de los cincuenta, tales como: *A. T. M. (A toda máquina)* y *¿Qué te ha dado esa mujer?*) ambas dirigidas por el "padre del melodrama", Ismael Rodríguez, e interpretadas por los grandes de esa época, Pedro Infante y Luis Aguilar, dedicadas a la exaltación de la camaradería viril, o la complicidad machista. La premisa de estas comedias era que los machos no pueden amar a una mujer porque se quieren a sí mismos o a sus cuates.[117]

Cuando Tenoch, Julio y Luisa llegan a "La Boca del Cielo", se da el final de este viaje de identidades con la escena detonante, un largo beso entre los dos "charolastras" con el cuerpo de Luisa de por medio. Este momento significa el rompimiento de las relaciones. Luisa se queda a disfrutar del paraíso y a esperar anunciada muerte, y Tenoch y Julio regresan a sus respectivas realidades, para tiempo después encontrarse en un café, y solamente cruzar unas cuantas palabras.

Pienso que la película maneja una propuesta provocadora que despertó el morbo de las audiencias; la clasificación "C" que se le impuso debido a que se mostraban escenas de sexo y donde los jóvenes consumían droga, ligada al tono de prohibición y la ola de denuncias de los productores y director, derivó en una de las mejores campañas de publicidad que pudo haber tenido la promoción de la película en cuestión. ¿Por qué habría que asombrarse de mostrar escenas de sexo y droga en la pantalla grande?, sí pensamos que en la propia casa a través de la televisión o en internet hay muchas opciones para recrear el

[117] .- A decir del historiador Emilio García Riera: *Por una vez, el alarde de misoginia machista se desplazó del cuadro rural al urbano sin perder naturalidad ni vivacidad, y eso fue un gran logro de Ismael Rodríguez* (1992:T6:40).

morbo sexual, y con respecto a la inducción del consumo de droga, la circulación de ésta tiene sus redes muy bien establecidas. De tal suerte, que el discurso oficial y promotor que privó sobre la película determinó de entrada la recepción de la misma, no solamente en términos de exhibición sino de resignificación para la audiencia.

En su carácter de productor y defensor de su apuesta, el productor tapatío Jorge Vergara señaló que: *Estamos recomendando que la película no se vea por el morbo, por las escenas de sexo, sé que comercialmente podríamos abusar y aprovechar muchísimo explotando el tema del sexo, pero es justamente lo que estamos atacando y evitando, y queremos que la gente vea y aprenda algo.*[118]

Lo que vemos en la película son escenas de caricatura; encuentros muy rápidos de ambos personajes con sus respectivas parejas, que se traducen más bien en escenas de ansiedad, que más que provocar escozor en la audiencia motivaron la risa.

Lo que llama la atención, es cómo se muestran estéticamente los cuerpos masculinos, y no los femeninos. Y esto si es digno de rescatarse como un acierto de la película. En no una, sino varias escenas, vemos los cuerpos desnudos de Tenoch y Julio en los actos más desinhibidos, como en el baño jugando con las toallas, masturbándose en un trampolín, nadando bajo el agua, flotando en medio de un centenar de hojas secas, y finalmente en medio de un cuerpo de mujer. Estas escenas, son muy bellas visualmente, y son parte del tono realista del relato, pero culturalmente, cifran valores propios de una serie de prácticas sociales que reproducen una ideología patriarcal. En el cine mexicano, lo que generalmente se controla y se mira, a través de la fragmentación visual y el fetichismo de los cuerpos, es la imagen femenina, lo que en estas escenas estamos viendo son los cuerpos masculinos como objetos de deseo. Steve Neale a propósito de estas representaciones de

[118] .- Cfr. David Sosa Flores, *La Jornada,* 10 de junio del 2001.

género en el cine, señala que: *especialmente en instancias cuando un hombre es el objeto de la mirada de otro hombre, este momento provoca conflictos en torno al homoerotismo y la homofobia* (Neale: 1993:19). Por tanto, no es fortuito que la escena donde Tenoch y Julio se acarician y se besan, después de una borrachera, y no sin antes haberse agasajado con Luisa, provocara una sensación incómoda y de nerviosismo en la mayoría de los miembros de la audiencia. Esta escena significa todo un desafío a las normas de la representación masculina, a los tabúes sexuales todavía vigentes, no obstante, el supuesto respeto a la diferencia sexual. Lo que hace entonces Cuarón es transgredir radicalmente los cánones predominantes en la historia del cine mexicano. De esta manera, la película cuestiona la legendaria imagen del macho heterosexual desde una perspectiva diferente.

Históricamente, la representación de género en las cinematografías tradicionales de México, inscrita en una ideología patriarcal que respondía a un discurso oficial ligado a cuestiones de índole político y cultural, se modificó entradas las décadas de los setenta y ochenta, trascendiendo con ello los límites del cine de los grandes patriarcas, los charros cantores, los padrotes, los pachuchos, para luego ceder la entrada a los delincuentes, a los guerrilleros, a los "mojados". Este reacomodo brindó la posibilidad de que los realizadores se replantearán sus propias expectativas de creación y representaciones fílmicas, y modificaran las reglas del juego a fin de instaurar otros modelos de género más acordes al *status quo* de épocas recientes. El porqué se han subvertido los esquemas anteriores responde a una reestructuración de la propia construcción social de la realidad. Por tanto

resultaría anacrónico seguir representando a las figuras masculinas con los mismos atributos de la masculinidad.[119]

En el relato fílmico aparece también un nuevo protagonista que sirve como un ingrediente más de popularidad para que los segmentos de audiencias jóvenes se identifiquen, el idioma y sus usos modernos. Uno de los rasgos específicos de esta habla juvenil es la sustitución del "esto" y el "que" por "el cabrón" por el "el guey", utilizados no como agresiones sino como términos coloquiales y vinculados a sentimientos de amistad y camaradería. Incluso con este derivación lingüística se sintetizan muchos actos de violencia, algunas veces psicológica, otras social.

Otro asunto a destacar y que creo atraviesa todo el relato fílmico es el conflicto de clases, perennemente presente entre Julio y Tenoch, amigos desde la infancia que acaban de terminar la preparatoria y cuyas vidas habrán de separarse cuando vayan a la universidad, uno a la pública y otro a la privada, con trayectorias en la que termina por prevalecer el origen social. Así como también, una buena carga de diálogos que marcan la diferencia social entre los personajes – cuando están a mitad de camino en la carretera, peleando una vez más entre ellos, Tenoch le escupe en la cara a Julio, y le remarca: "que nunca dejara de ser un naco"-.

El gran acierto de Carlos Cuarón fue haber fusionado en un solo relato, un *road movie* de alta pureza formal a la mexicana, con sus tintes de crítica social a través de un narrador, un poco de folclorismo, pero que al final de cuentas lo único que generó fue una terrible expectación por el trasfondo de la historia. Es decir ¿Por qué esconder un tema que está a flor de piel en la película? ¿Cómo son las relaciones de género, en este caso,

[119] .- Para mayor información sobre este tema de las representaciones de género y la masculinidad en el cine mexicano consultar: De la Mora, Sergio (1992 -1999); Ramírez Berg, Charles (1992); Melhuus, Marit (1996); Monsiváis, Carlos (1981) y Torres, Patricia (2001).

entre dos adolescentes, tras la desventura de una mujer extranjera? Estas serían a mi manera de ver algunas de las premisas que sortean la película, representadas de manera muy realista, y eso fue un punto a su favor para arrancar la expectación de una audiencia deseosa de ver reflejada sus deseos, y sentirse identificados. Sin afirmar con ello, que los jóvenes de los diferentes estratos sociales piensen lo mismo o se hayan sentidos vinculados con estas realidades. Lo que creo que molestó es la mirada de soslayo y por lo tanto de evasión, de Tenoch y Julio, y que puede estar representando a un cierto tipo de mexicano elusivo y siempre adolescente que difícilmente ve las cosas de frente.

El cine permite poner un espejo frente a nosotros, y por tradición a los mexicanos nos ha gustado vernos reflejados en la "pantalla de plata", pero también las comedias urbanas recientes del cine mexicano nos han enseñado a reírnos de nuestras propias miserias sociales y morales.

5.3.- ¿El CINE MEXICANO COMO ESPEJO DE LA REALIDAD SOCIAL?

En este proceso de recepción – identificación – negociación que se dio entre las dos propuestas de sentido y una audiencia seleccionada, se dieron indicadores de análisis que revelaron el funcionamiento de los resortes narrativos del lenguaje fílmico, y cómo se reactivan las imágenes fílmicas y las historias personales de los protagonistas a partir de las convenciones individuales y colectivas. Por ejemplo, las respuestas y opiniones del público con respecto a los protagonistas centrales de la película *Amores perros*, Octavio y "El Chivo", los héroes de la trama, fueron muy paradójicas.

A una gran mayoría de los miembros de la audiencias les gustó la película, a los pocos a los que nos les gustó - una tercera parte - y que de manera lógica se fue haciendo evidente su disgusto, por la manera en que se refirieron a los personajes de Octavio y "El

Chivo", fueron las personas de las colonias populares y con menor grado de escolaridad. Sus respuestas estaban muy vinculadas con sentimientos de enojo e incomodidad, indicadores de rechazo por lo cercano del tema y la construcción simbólica de los dos héroes de la cinta, Octavio y "El Chivo". Por ejemplo, uno de los encuestados en la Plaza Tapatía expresó: "*No me gustó la película porque es un drama muy sádico. La película no habla de amor, es la historia de un psicópata* ["El Chivo"], *aunque Octavio entra en sangre liviana por el amor, pero al final pierde todo, es muy triste*" (**hombre de 29 años, estudiante del primer año de Artes Plásticas, vendedor ambulante, estrato bajo**); otro joven manifestó: "*La película me dio asco*" **(20 años, con escolaridad hasta secundaria, vendedor de papas, estrato bajo***);* un joven más con nivel de licenciatura respondió: *"No me gustó porque siempre ponen a México muy abajo*" (**22 años).**

En cambio las personas de los estratos medios no mostraron disgusto y detrás de sus respuestas se pueden percibir ciertos valores fundados por su propia condición social: *"Me gustó mucho porque es la cruda realidad de México, pero sobre todo la de los barrios bajos, los chavos que engañan a sus mujeres, que se drogan, que roban*" (**mujer, 20 años, estudiante de licenciatura, estrato medio - alto);** *"Me gustó mucho porque refleja la cultura de la pobreza*" (**mujer, 20 años, estudiante de licenciatura, estrato medio - alto**).

Ahora bien, detrás de las respuestas de las y los encuestados hay también omisiones significativas que llaman la atención, como por ejemplo el hecho de que la mayoría no mencionará a los personajes femeninos, a excepción de diez mujeres, quienes calificaron a Susana como: "*una adolescente con obligaciones*", o a la mamá de Octavio y Ramiro como: "*una mujer espectadora, rendida, rebasada por todo, resignada ante la situación*".

De los miembros de la audiencia que participaron en las entrevistas, hubo solamente un hombre que se refirió a esta representación de género:

"Yo creo que son los mismos modelos de antes pero son tratados de otra manera. De hecho creo que a las mujeres les toca un papel de sometimiento en esta película. La chava que está subyugada por su esposo que la golpea y todas estas cosas". **(hombre , 28 años, estudiante - maestro, estrato medio bajo)**

Con respecto al personaje de Valeria, solamente dos mujeres de 17 y 18 años de estrato medio lo calificaron como: "*lo vanal y perverso de la construcción de la belleza femenina*".

Ciertamente, la construcción de género de estos personajes, en particular Susana y la madre de Octavio y Ramiro, son construcciones muy grises en medio del peso que tiene el resto de los personajes masculinos. Y al mismo tiempo, están representando a sujetos pasivos y atrapados en vidas predestinadas al dolor y al fracaso, no hay salida para ellas. Por ejemplo, Susana, a pesar de que tiene la opción de dejar al "golpeador y macho" de Rodrigo y huir con Octavio, quien le ha demostrado que la quiere al entregarle todas las ganancias que le da su "gallo de oro" (el Cofi), no lo puede hacer porque su entorno en el que ha vivido no se lo permite; ha sido una mujer que ha crecido sin padre, con una madre alcohólica, y madre - adolescente pretendiendo sacar adelante sus estudios. Sin embargo, al final, se queda sin amor y sin marido protector que la mantenga y, en espera de un segundo hijo como madre soltera, pero convencida de que está en el lugar que le toca estar como mujer. Quedarse en el seno materno del que fuera su marido, y ponerle Rodrigo a su futuro hijo, orgullosa de no haber engañado a nadie,

El hecho de que se hayan dado omisiones significativas por parte de los miembros de la audiencia con respecto a la construcción de los personajes femeninos en *Amores perros*, responde a su vez a la propia representación que de ellos se hace en la trama del relato. Susana, la madre de los jóvenes y Valeria son las tipificaciones clásicas que el cine mexicano ha venido manejando a lo largo de casi siete décadas, y que tienen su origen

en un orden moral establecido por la religión judeocristiana, donde a la mujer le ha tocado ser la salvadora y protectora de la colectividad (Susana y madre), o bien se le ha catalogado como la mala y perversa (Valeria). El cine mexicano, desde la época silente (1917 –1929), supo encasillar perfectamente bien a la mujer, a partir de esta concepción moral, en la virgen, la madre y la prostituta, añadiendo para algunos casos extensiones de los tipos.[120]

Es lamentable la posición del realizador frente a la representación que hace de la mujer mexicana, pero sin embargo, y cómo lo señalé en párrafos anteriores, el tratamiento dramático responde a los cánones tradicionales del melodrama más añejo que ha cultivado el cine mexicano. Non obstante, ello nos habla de la exacerbada misoginia que persiste en nuestra actual sociedad.

Otro indicador que llama la atención es aquel relacionado con el tema de la película y sus vínculos con el amor. Una gran mayoría de los encuestados identificaron como tema central al amor y al desamor, y consideraron que la película definitivamente hablaba del amor. Sin embargo, debo decir que en medio de esta constante, también se dieron otras respuestas muy variadas donde se mezclan sentimientos con acciones, pero que hablan de lo que hay en el fondo de las tres historias de la película: infidelidad, violencia, traición, frivolidad y pasión.

Con respecto a los sentimientos que generó la película en los miembros de la audiencia, o bien, cómo funcionó la película - si como un medio para identificarse, para escaparse de la realidad o simplemente para entretenerse - se puede decir que *Amores perros* generó sentimientos muy adversos y encontrados, tales como: desesperación,

[120] .-Los antecedentes de las tipificaciones de virgen y prostituta tienen sus antecedentes en el cine mudo mexicano. La primera película, de muchas otras versiones que se realizarían posteriormente sobre la Virgen de Guadalupe, es *Tepeyac* o *El milagro de Tepeyac* (1917) de José Manuel Ramos. Para mayor información sobre esta temática consultar: Ramírez Berg, Charles (1992);Tuñón, Julia (1998) y Torres, Patricia (2001).

tensión, angustia, tristeza, frustración, pero también emoción, gusto por ver una "*película que me llevó a donde quiso*", placer y reflexión, lo cual indica que no todo fue mero entretenimiento, y que las fantasías y los deseos de la audiencia se construyen y forman de manera muy diferente según sea el contexto de las misma.

En las respuestas a la última pregunta ¿si este tipo de películas era comprensible para todos los estratos sociales?, una mayoría respondió que si, y aquellos cuya respuesta fue negativa, aludieron que: "*la película proyectaba una serie de antivalores que solamente traen consecuencias negativas, la clase baja no la entiende porque es el sector menos culto*" (**hombre de 22 años, estudiante de licenciatura, estrato alto**); "*porque la clase alta, con principios moralistas, niega la putrefacción social y se bloquea y no capta la belleza del alma del Chivo*" (**mujer de 20 años, estudiante de preparatoria, estrato alto**); "*qué vergüenza presentar en Europa un México tan feo*" (**mujer de 20 años, estudiante de licenciatura, estrato medio –alto**). Esto es un indicador más de que lo que la gente dice o escribe acerca de sus experiencias, preferencias, gustos, placeres, resistencias, no se puede tomar enteramente como tal, o dejar que las respuestas hablen por si mismas, sino que debemos investigar lo que está atrás de lo escrito explícitamente. Y lo que encuentro es que las respuestas no eran honestas, y sus propios valores los traicionaron, o bien salieron a la superficie sus fantasías escondidas, sobre todos los dos primeros, en el último, al menos había más sinceridad. Y por otro lado, es necesario considerar que las encuestas se dieron en lugares públicos, y muchas personas se sentían intimidadas.

En las entrevistas salieron testimonios en el mismo sentido, aunque en esta ocasión la producción discursiva fue mucho más espontánea, porque no eran preguntas dirigidas y cerradas, sino que ésta se dio en un contexto de diálogo abierto. Llaman la atención sobre todo aquellas opiniones que tienen que ver con la identificación o resistencia que los

miembros jóvenes de la audiencia jóvenes expresaron sobre la película *¡Y tú mama también!*.

*"**Y tu mamá también**, no me gustó porque no tiene mensaje claro. Y el público que se maneja tanto por la forma en que está actuada, los actores mismos por lenguaje y demás es cien por ciento para jóvenes, ya no tanto para señores cuarentones. Porque con esas ondas, si se han de sentir incómodos, no de verlas si no de estar junto a un joven. Como que se sienten cohibidos. Un joven pues no. Pero no me gustó porque el mensaje que yo entendí es: Metete drogas, ten relaciones con quien quieras, no te protejas. Total, no te pasa nada. Además si esos son los valores que tenemos ahorita estamos perdidos. Porque muchas veces el cine es el reflejo de la sociedad. Ese es uno de los grandes méritos que tiene. Hay películas que me dejan así como ¡Ay, es cierto lo que dijo este personaje!. Me deja pensando o me deja una moraleja. Pero esta película me dejó con la boca abierta porque dije –Es que estamos perdidos, estamos en un agujero, la sociedad y como soy parte de ella, pues estamos mal".* **(hombre, 22 años, estudiante de licenciatura, estrato medio)**

En cambio, hubo jóvenes, mayores que los que interpretan a Julio y a Tenoch, que percibieron la película como un relato de ficción, y encontraron en ella un modo de divertirse y no tomarse en serio lo que había detrás de las construcciones de los personajes, un joven de 26 años, estudiante de licenciatura en una Universidad privada, y de estrato medio bajo manifestó lo siguiente:

*"¡Y tu mamá también**!** se me hizo como más de botana, más relax y más todo. Y digo - lo que ha dicho la crítica, que refleja el entorno social de los adolescentes y no sé qué -. No. digo, no sé. A mí se me hizo más película de entretenimiento que de reflejar un momento en la etapa de crecimiento. Está muy botana y como eso la vi, como una película para irte a divertir. Pero no así como que digas –si es cierto, así son los chavos- Yo no lo considero así**".***

O bien, la película sirvió de lazo de identificación, porque les pareció que el contexto en el que se ubican los personajes de la película, está presentado de manera muy realista y forman parte de él mismo, pero a la vez señalando la diferencia que hubo en la reacción de la audiencia entre *American Pie* e *¡Y tú mamá también!*. Dicha película estadunidense es una comedia urbana que planteaba una problemática similar de los

jóvenes en Estados Unidos, y que incluso en algunos festivales internacionales de cine en Europa, se le comparó con *¡Y tú mamá también!*.

"A mí me gustó muchísimo ¡Y tu mamá también!. Porque se me hace como... estoy muy cercana a esos chavitos. La fantasía de ellos. Así como que un discurso cero de los chavitos. No te dicen nada. Y viven así en la lela, igual. Y a mí sí me gustó mucho. Pero si he visto y escuchado a gente que no le gustó. Pues mira mucha gente, cuando se estaban masturbando en la alberca, como que sí se friquearon. Mucho en el rollo de drogas. Y definitivamente con el beso muchos, yo creo que todos se sacaron de onda, y se salió la gente. Mira a mí se me hizo como ver cualquier película de esas gringas. Lo diferente es que si tú ves, por ejemplo American Pie o ves en una comedia gringa que eso pasa, si tú ves lo guarro, lo vacío, el discurso tan menso, de dos, tres frases nada más de los adolescentes, es lo mismo y lo aguantas. Pero si lo ves acá, sí cala". **(mujer, 42 años, empleada universitaria, estrato medio bajo)**

Al interior de dos de los grupos de discusión - B y C - se dio la misma tónica de poner distancia frente a una historia incómoda que retrata a la juventud mexicana muy a la ligera. En un momento de la discusión final, luego de haber hablado sobre la pobreza de crítica social que tenía la película y todo el morbo implícito antes de su exhibición, algunas opiniones de los integrantes del grupo se tornó en decir que la película era:

"*Una película muy ligera, para gente ligera. Y sí es cierto que es una película demasiado sencilla. Para pasarte un domingo en la tarde con tu chava".*

El otro sentir del grupo de jóvenes fue que: " *No me gustó la película, porque es una burla a nuestra sociedad, a todo lo malo, todo lo más negativo que pudieron encontrar*".

La discusión sobre estos temas derivó de aquellos jóvenes de estrato medio y medio alto. Esto es muy significativo, porque finalmente los personajes principales de la película representan estos estratos sociales. ¿Será este un dato relevante del por qué nos gustan más las ficciones que no tengan nada que ver con nuestra realidad? De esta manera no corremos el peligro de sentirnos reflejados e identificados tan cercanamente.

Sin embargo, en el grupo de discusión integrado por jóvenes de 18 a 20 años, pero en su mayoría de estrato bajo, la producción discursiva fue diferente. Para ellos la película era apenas un esbozo muy lejano de la realidad que vivían los jóvenes actualmente. Fue muy notorio que la mayoría de sus intervenciones estaban vinculadas con su propio entorno, y casi se sentían los protagonistas de la película. Uno de los participantes de la colonia popular Polanco manifestó: "*Yo creo que estos chavos usan nuestro mismo vocabulario, pero no hacen ni la mitad de los reventones que nosotros nos aventamos"* **(hombre de 18 años, escolaridad primaria, estrato bajo)**, otros tres integrantes del mismo grupo se carcajearon y manifestaron de manera muy espontánea que las cosas entre los cuates y en su colonia eran mucho mas gruesas.

Otra estrategia de este grupo fue hablar a través de las experiencias de Tenoch y Julio, llegando incluso a vivir el relato. Es decir, que los participantes se descubrieron a partir del relato de los dos jóvenes convirtiéndose simbólicamente en los protagonistas. Se puede detectar entonces otra estrategia discursiva, que el relato fílmico dio pie para hablar de sus propias historias y trayectorias de vida a través de las anécdotas.

Otro tema que estuvo presente en la discusión sobre las dos películas fue el de los valores familiares, y en gran medida aludir a lo que ambas propuestas fílmica representan; articular un caos social urbano contemporáneo a través de la metáfora de la familia. Explícitamente plasmado en un tratamiento maniqueista, tanto en la trama y mensaje de las historias, como en la construcción de los personajes.

Aquí me gustaría hacer un breve paréntesis a propósito de una investigación realizada en la Universidad de Guadalajara por Marco Antonio Cortés Guardado y Cecilia Soraya (1999) sobre los valores de los jaliscienses, y que se vinculan en gran medida con

algunos de los temas que mayoritariamente los jóvenes están cuestionándole al cine nacional, y en el que éste ha estado incidiendo en sus más recientes producciones.

Dicho trabajo se trata de un estudio empírico, sustentado en un laborioso trabajo de campo y en la realización de 1,399 entrevistas en distintas regiones del estado (zona metropolitana de Guadalajara, Ciénega, Altos, Costa, Norte, Sur y Valles). El instrumento de la encuesta fue diseñado, en su parte medular, a partir del cuestionario utilizado por la Encuesta Mundial de Valores de la Universidad de Michigan. El marco de análisis se dividió en dos partes; valores básicos subyacentes, y valores acerca de ámbitos particulares. Con respecto a estos últimos valores, y en particular sobre las "cuestiones importantes de la vida", los jaliscienses tienden a otorgarle mayor importancia a la familia, por encima del resto de las otras cuestiones (trabajo, amigos, tiempo libre, política, religión), e independientemente de las diferencias de edad, sexo o formación escolar.

Estos datos a su vez están relacionados con otros dos indicadores que son relevantes para contextualizar la producción discursiva de los segmentos de audiencias. La Encuesta Nacional de la Juventud publicada en el 2000 reportó que, casi dos terceras partes de los jóvenes mexicanos viven con sus padres y cerca de cuatro de cada cinco viven con su padre o con su madre. Igualmente de la muestra de la audiencia de jóvenes con los que he venido trabajando el 100% viven con sus padres. Lo cual viene a significar que la familia se convierte en una estructura básica para la reproducción afectiva, económica, de socialización y de educación.

No resulta entonces fortuito, que cuando los jóvenes asumen una posición crítica frente a los valores familiares que las nuevas propuestas del cine mexicano están haciendo; familias disfuncionales, familias cuya jefatura es femenina, desintegración familiar por

adulterio o abandono del padre, se resistan a ver estas realidades como modelos de una sociedad.

Los tres siguientes testimonios referidos por jóvenes, constatan las premisas de las películas con respecto a este asunto de los valores familiares:

"*Yo si veo un mensaje claro en la película [Amores perros], porque ninguna de las historias son finales felices. Ahí uno se queda pensando, es qué esto si pasa. Y si uno lo piensa, luego, luego, la moraleja es que todos estemos en familia reunidos y no la andemos regando" (***estudiante / trabajadora, 22 años, estrato bajo).**

"*En la película ¡Y tú mamá también! está retratada la juventud, y pues ahora la sexualidad entre los jóvenes es más libre. Ya no se esconde tanto, pero todavía con las papás uno tiene que ser discreto. Si claro, yo soy la hijita todavía, pero uno hace un desmadre y medio fuera de casa" (***estudiante /trabajadora, 20 años, estrato medio - bajo).**

"En la película [Amores perros] se presentan los antivalores de la familia mexicana. Sí, porque es una familia desunida en sí. Para empezar no había papá. La relación después entre hermanos y entre madre e hijo. Pero claro, es la realidad de un cierto sector socio económico, se percibía el olor del cochambre de la estufa, se respiraba el ambiente de clase baja, tirándole a ser media" **(estudiante / trabajador, 22 años, estrato medio)**

En la película de *Amores perros* no existe la figura del padre, está ausente y es reemplazada por la mujer. En el primer episodio tanto Octavio, Rodrigo como Susana no tienen padre, la madre de Susana es alcohólica, y la madre de los muchachos los ha educado siempre sola. En el segundo episodio, en el aparente marco de una familia feliz mexicana de estrato medio alto, el padre abandona el hogar, y en el último episodio, Marú, la hija de "El Chivo", toda su vida ha crecido al lado de su madre y cuando esta muere, será la tía quien la proteja.

Para algunas otras personas los modelos tradicionales de la familia nuclear les resultaron obsoletos.

"*Yo no encontré ningún valor nuevo con respecto a la familia la vi muy real. La veo como son casi todas las familias mexicanas, no todas, pero así se llevan, y no la idea de familia que nos vende TELEVISA, ¡hay la familia mexicana donde todos se quieren y la mamá no*

se qué. Y no, la mayoría de las familias que yo conozco tienen problemas, las mamás son unas chantajistas y los papás unos cabrones" **(estudiante / trabajadora, 20 años, estrato medio).**

Para otros se remarcaron estos valores pero con aciertos en la pantalla, aciertos que pienso tienen que ver más con la estética y el montaje, que con el planteamiento mismo del tema, por ejemplo los siguientes testimonios:

"*Claro, las tres historias hablan sobre la familia. Porque Gael García si quería a los niños, si quería una familia. El tipo que se va con la modelo, sabe que la regó y la esposa le dice –Vente gordo, otra vez no la riegues-. Y acá el matón, lo más importante es su hija. Hay valores familiares muy importantes, más que aquí en México es lo más importante, los valores familiares lo que más arraigado tenemos. Pero el director nos esta poniendo otro punto de viste, eso es lo padre. Su puesta es escena es chidísima, porque estamos viendo el lado oscuro de los personajes. O su lado bueno como el del matón al último, que su hija es lo más importante. Y eso es lo que lo mueve*". ***(mujer, 20 años, estudiante de arte audiovisual, estrato medio).***

"En sí la película no me propone nada nuevo que haya cambiado mi vida, ni nada así. Pero como mero entretenimiento me parece bien. Quizás la siento un poco pretenciosa porque realmente lo quieren los realizadores con la película, quizás crear conciencias, quizás ser más moralistas. A mí eso no me causó ningún impacto. Me entretuvo, fue lo único". **(hombre, 20 años, estudiante de licenciatura, estrato alto)**

Esta es la realidad que nos representa *¡Y tú mamá también!,* por un lado Tenoch es hijo de una madre divorciada, de quien sabemos trabaja para sostener a la familia, pero está totalmente ausente en el relato, lo mismo sucede con la madre de Julio, es divorciada y superada, más sin embargo, al seno de las familias de las novias de los dos protagonistas, todos pertenecientes a estratos altos de la burguesía mexicana de los noventa, los matrimonios son una descripción fiel del testimonio anterior, y que en suma se puede observar en una mayoría de las telenovelas de corte TELEVISA.

No me atrevería a asegurar que la intención de los realizadores o la de los guionistas de las películas fuera aquella de estar a favor de estos modelos de género y de familia. No

obstante, lo que vemos en la pantalla son representaciones de género muy convencionales, que no corresponderían del todo a lo que los cambios sociales han marcado, sobre todo durante las dos últimas décadas. Contrario a lo que la estructura del melodrama de antaño ofrecía con respecto a estas representaciones, en el caso de cuando los hijos abandonaban la familia, o en su defecto los padres. El énfasis que se ponía sobre la figura del padre, se relacionaba con la tradicional preeminencia de la familia patriarcal como unidad social y, en última instancia, también política. Esta a su vez se relacionaba con la importancia histórica del padre como suprema figura regente en la familia y por lo tanto, como lazo entre la unidad familiar y las otras unidades socio-políticas también jerárquicas y patriarcales, la Iglesia y el Estado.

En *Amores perros* el conflicto de la familia es reemplazada por conflictos entre las parejas (Rodrigo - Susana - Octavio), con relaciones de adulterio o abandono de padres e hijos. Se da entonces un linaje femenino, confuso sin embargo, ya que Susana se queda de madre soltera y Marú seguirá viviendo sin saber qué fue de su padre. Aparentemente se podría decir que los hombres salen perdiendo, pues como lo había mencionado anteriormente Rodrigo se muere, Octavio se queda solo y abandonado, Daniel pierde su familia, y "El Chivo" se queda solamente con un perro recientemente heredado. La moraleja final está muy relacionada con los principios católicos que se han instituido a lo largo de los años, tanto en los discursos del cine nacional como en los de las telenovelas: *el sufrimiento trae salvación a aquellos que se arrepienten de sus actos* (Alvaro Cueva: 2001).

Podemos entonces reafirmar que el melodrama actual, se sigue conectando directamente con sus segmentos de audiencias, gracias a una innovación, reactivación, pero siempre a la continuidad entre estética y ética dónde siguen funcionando, más que las

estructuras psicológicas de los personajes, las relaciones primarias y sus identidades: el padre - la madre - la hija - la obediencia- el deber - la traición/ la justicia.

Lo que llama la atención es que, no obstante las diferencias sociales, que no las de edad, en las apreciaciones de uno y otro aspecto provienen de voces jóvenes. Una explicación podría ser que los jóvenes están íntimamente relacionado con el resto de las ofertas massmediáticas que están articulando, a la vez que modificando nuevas maneras de decodificar información así como de leer e interpretar narrativas.

Así mismo, este material empírico revela una memoria del cine distinta a la de décadas anteriores, como se pudo revisar en la tesis de Hèctor Gómez (2004) citada en el primer capítulo. Pienso que este sistema de identificación y gusto por las imágenes fílmicas se ha modificado frente a las nuevas formas de consumo audiovisual que están prevaleciendo en los escenarios culturales actuales.

En los grupos de discusión también se dieron desavenencias con respecto a la relación que se representa en *¡Y tú mamá también!* entre Tenoch y Julio.

La discusión mayor se centró en los tabúes que existen en la sociedad mexicana para hablar y vivir abiertamente la masculinidad, el machismo y la homosexualidad.

Lo que está detrás de estas respuestas, es un texto que surge, no solamente a partir de las representaciones fílmicas, éstas actúan como detonantes, activan el proceso de recepción e identificación, no para que la audiencia califique o descalifique a las historias, los personajes y sus acciones, sino para fortalecer y robustecerse a sí mismos como sujetos de un estrato social determinado, con valores y convenciones muy específicas.

En el contexto de mi estudio, es una realidad que las nuevas propuestas del cine mexicano nos están confirmando que los consumidores asiduos son los jóvenes, con sus excepciones que nos remiten a sus creencias originales y autónomas. Y que ello apunta a la

conformación de culturas juveniles que hacen un uso social muy distinto de lo que proponen los y las realizadores. Esto se viene manifestando no solamente por la naturaleza polisémica que tiene el relato fílmico, sino por la manera en que los jóvenes negocian y se resisten a las narraciones.

6.- LA MEMORIA DEL CINE COMO EXTENSIÓN DE LA MEMORIA CULTURAL

"Para las masas, el cine son sueños y pesadillas o no es nada. Es una vida alternativa, un experimentar la libertad sin ninguna consecuencia, escapar de la limitación de tener una sola vida. Nuestras películas preferidas son nuestras vidas no vividas, nuestras esperanzas, nuestros miedos, nuestro libido"(Raymond Dergantl: 1967:135)

La construcción de la memoria cinematográfica a través de las emociones, sentimientos y relatos relacionados con el imaginario colectivo, y lo que la experiencia de ir al cine y las imágenes fílmicas han dejado en los miembros de la audiencia, se convirtió en un tema relevante en esta investigación. A través de estas "historias de historias", "relatos de relatos", referencias y memorias visuales también se fue develando una construcción individual de sentido, que se traduce en un proceso de negociación entre el significado que está detrás de toda una construcción narrativa (la película), y el contexto desde el cual se recibe, se ve y se interpreta.

Creo también que a través de estos testimonios, se puede entender mejor cómo se va reconstruyendo la memoria del cine como extensión de la memoria cultural. Es decir, cómo los sujetos a través de sus relatos de historias del pasado, e historias personales van elaborando una narrativa de las mismas, al mismo tiempo que van dejando entrever el significado que la experiencia de ir al cine dejó en sus vidas cotidianas.

El análisis del material lo hice en dos niveles. Primero, registré y articulé los testimonios como base de datos que generaron indicadores de análisis para entender el valor social que ha tenido el cine en la vida cotidiana de la sociedad tapatía, y en correspondencia con la intención que había detrás de cada sección de la entrevista. Este primer acercamiento me ayudó también a deslindar otras vetas de análisis, tales como; el

papel fundamental que ha tenido el cine en la educación sentimental de la sociedad, así como los usos y gratificaciones que éste tiene con sus segmentos de audiencias.

En un segundo nivel interpreté los testimonios como discursos para poder entender mejor la naturaleza y el cómo trabaja la memoria del cine en el marco de un imaginario colectivo e individual. La manera en que estos discursos se construyeron fue muy interesante, y difirió no necesariamente por la edad o las generaciones, sino más bien por cuestiones sociales – educativas. Por ejemplo, algunos sujetos se implicaron a sí mismos en las historias; en otros se dejó notar un discurso más impersonal, en el cual el informante se expresaba como testigo, y otras veces como conocedor.

También fue importante reconocer en estas evocaciones y recuerdos el manejo del tiempo, entre un pasado y un presente. A este tipo de registros también se incorporan reencuentros sobre recuerdos; la actividad de recordar con detalle lo que se va recuperando a través de la memoria.

En su conjunto, este material me permitió distinguir, entre lo que es un discurso anecdótico ligado a una etapa de vida de los sujetos - audiencia, y lo que es una anécdota narrativa que hace referencia a imágenes - escenas - actores - diálogos concretos de las propuestas de sentido. A través de esta anécdota narrativa sobre determinados películas advertí que hay ciertos títulos mexicanos que a lo largo del tiempo han acumulado un "status icónico cultural". Entendiendo por "status icónico cultural" a un cúmulo de referencias visuales almacenadas que han resistido la prueba del tiempo, y que al cabo del mismo persisten en un colectivo imaginario. Y que este status no se debe necesariamente a que sean películas que se han trasmitido una y otra vez por los canales de televisión más populares, o por los canales de paga, sino por la fuerza de sus contenidos y el impacto cultural y de identificación que han obtenido a lo largo del tiempo, es decir que conservan

un valor de archivo. Regresar a determinadas imágenes, puede sugerir también la idea de que éstas permaneceb en nosotros como recuerdos muy personales. Estas imágenes se convierten entonces en historia de nuestros deseos y emociones, y en este sentido se conjunta la memoria estrictamente personal con la memoria cultural.

6.1.- El PLACER DE MIRAR EN LO OSCURO

En consideración a los resultados que pude obtener de las entrevistas, concretamente de aquellas preguntas ligadas a sondear los hábitos de consumo cinematográfico, sobresalió que los escenarios donde las audiencias se relacionan con el referente mediático, son tanto las salas de cine como el rincón personal de una habitación con equipo completo para ver cine al estilo Cinepolis en casa. Fue muy interesante descubrir, que no obstante la diferencia de edades, de un rango de 18 a 46 años, la mayoría de las personas entrevistadas siguen prefiriendo ver cine en las salas de cine, por considerar esta práctica cultural como un ritual, una ceremonia personal muy significativa, a la vez que una práctica social colectiva.

Ligado a las preferencias de los escenarios donde las audiencias se relacionan con el cine, sobresalieron las descripciones de los ambientes internos de las salas de cine.

"Me encanta ir al cine, independientemente de las palomitas, los nachos, los refrescos, el hecho de ver la pantalla grande me atrae muchísimo. Me encanta ver videos en mi casa, porque soy de las que cuando tienen oportunidad rento de tres a seis películas, siempre que puedo. Pero de preferencia me gusta más el cine, aparte, porque se me hace como que hay un espacio más grande, hay más interacción, como que te sientes parte de él cuando tienes la pantalla grande y dices tú, yo estoy ahí". (**mujer, 26 años, trabajadora y estudiante, estrato medio bajo**)

En ellas se dejaron escuchar también alusiones al tipo de gratificación que proporciona una determinada película.

"*Lo que pasa es que el cine en televisión pasa, o cortado por cuestión de tiempo, o censurado. Y en ese caso prefiero verlas en video. El problema es que para mí el cine es el cine, y en el cine se ve, se disfruta. Si porque se oyen los pasos y retumba. Por ejemplo vi* ***Titani****c una sola vez, me gustó como película, pero la historia se me hizo un poco cursi, en fin. Pero* ***Titanic*** *si tengo la posibilidad no la vuelvo a ver en la televisión. Además disfrutas el olor a palomitas. O por ejemplo, fui hace poco a ver la de* ***Shrek****, y a parte de ver la película, que está bonita la película, me vi reflejado en el monstruo. Lo que más me impresionó era ver a los niños, que gritaban y se paraban, y le decían de cosas. Y ¡Cuidado!. Eso también me gusta mucho. Si, porque en las salas cinematográficas el público es copartícipe. Simplemente con las expresiones, con las risas o con las exclamaciones de susto, de congoja. Y eso es bonito también". (***hombre, 22 años, estudiante y actor de teatro, estrato medio**)

"*Sí me gusta tener el video de las películas que más me gustan. Pero me gusta más ir a verlas al cine primero. No me gusta mucho rentar. Es más cuando voy a los Block Buster, hasta me siento incómoda".* (**mujer, 20 años, estudiante, estrato medio)**

Estos testimonios nos hablan de que asistir a ver una película en la sala de cine, significa no solamente la experiencia sensorial de estar en un recinto oscuro, íntimo, al mismo tiempo que espectacular, sino que ésta también otorga placer en diferentes sentidos: para algunos, sentirse co – partícipes de lo que están viendo, ser co – partícipes de una práctica colectiva, sentirse identificados con las historias que están viendo, o bien sentirse transportados a otra realidad. Con ello las personas están también reconstruyéndose a sí mismas, ya que están rememorando un pasado de su vida que difiere del instante vivido y con el presente.

No obstante, las divergencias en cuanto los hábitos de cinevidencia, la mitad de los entrevistados se pueden considerar aficionados al cine. Es decir, van seguido al cine, una vez por semana o tres veces al mes, y por sus referencias filmográficas (clásicos del cine internacional, cine europeo de vanguardia y nuevas cinematografías), es notorio entonces que han cultivado esta afición por un buen tiempo.

Fue evidente que aquellas audiencias que cursan estudios relacionados con Ciencias de la Comunicación y/o Artes Audiovisuales, son más que aficionados, es decir, cinéfilos, ya que recuerdan nombres de directores, actores, referencias biofilmográficas de los cineastas citados, están actualizados a través de revistas de cine especializadas, y de alguna manera asumen al cine como una parte importante de sus formación intelectual y memoria histórica.

El resto de los entrevistados – la otra mitad - van esporádicamente al cine, y hay una preferencia marcada por ver cine en casa, ya sea a través de la TV o rentando videos, y cuando van al cine lo hacen solamente una vez al mes.

Las diferencias están marcadas por el nivel de escolaridad y el ingreso económico; los trabajadores que han cursado hasta primaria, independientemente de la edad, no ven cine en las salas de cine, sino en la televisión o rentan videos. Igualmente se derivan de aquí preferencias muy concretas para con el cine *hollywoodense*, especialmente las películas de acción y violencia. Así mismo se hicieron comentarios indirectos al alza en las tarifas de los cines, y por ello resulta mucho más económico rentar un video y que lo vean varias personas, así como la manera de conseguir material nuevo a través de la piratería.

Para quienes tienen el hábito de volver a ver la película que les gusta, rentan el video o si se puede, lo compran, pero curiosamente no vuelven al cine a ver la película. Este indicador refuerza la idea de la importancia que tiene el video en la formación de la cultura cinematográfica. El hecho de contar con una videocasetera proporciona la posibilidad de conservar un film en un soporte que estará a la mano siempre que se requiera, significa tener una afición, o bien cultivar el gusto por ciertos géneros fílmicos.

Con respecto a las comunidades de interpretación con quienes interactúan los sujetos después de ver una película una mayoría de los entrevistados suelen ir al cine

acompañados, de su pareja, de amigos, o de algún pariente cercano. Si van solos, las mujeres sobre todo, lo hacen porque encuentran esos momentos muy personales, y no les gusta distraerse, o bien depender de otra persona para decidir y programar su salida al cine y película.

"Yo de preferencia voy sola. Porque, es mi manera personal, yo soy muy independiente. Y como que yo siempre sí sé que quiero hacer con mi tiempo libre. Entonces yo sí sé donde quiero pasar mis dos horas libres que tengo a la semana. Y si voy con alguien tengo que pensar, esperar qué película quieres ver tú. A qué función, a qué horas nos salimos. A mí, si una película no me gusta me salgo". (**mujer, 42 años, empleada universitaria, estrato medio bajo**)

"Me siento muy a gusto cuando voy al cine solo. Cuando va uno con los cuates o con la novia, no falta el que empiece a hacer la broma y el cotorreo y todo. Y pues, o estás cotorreando o le pones atención a la película ¿no?. A mí me gusta seguir las historias ¿no?, de las películas . Y pues me siento más a gusto cuando voy solo. Porque voy al cine, eso es lo que yo quiero, ir a ver la película". **(hombre, 26 años, estudiante, estrato medio bajo)**

De estas últimas derivaciones, me inquietó la idea de investigar si el hecho de ir solo al cine es en general con todas la películas, o solamente con determinadas. A través del diálogo con los entrevistados pude averiguar que esto sucede con títulos que no son de mero entretenimiento, sino aquellos que ofrecen una gratificación personal especial. Por ejemplo, una de las informantes me decía que para ella era casi como una terapia, porque podía sacar sus sentimientos guardados, y lloraba sin parar, y luego se sentía muy a gusto.

Las comunidades de interpretación donde se socializan los comentarios sobre la película que se acaba de ver son generalmente a la salida del cine con el o los acompañantes. Para los que tienen posibilidades económicas, el ritual de ir al cine se complementa con ir a comer algo para seguir conversando sobre la película.

6.2.- LA MEMORIA DEL CINE

La adquisición de un gusto o una afición por el cine deriva casi siempre de hábitos aprehendidos en el seno de la familia, las comunidades sociales, y actualmente de toda una serie de dispositivos informáticos (radio, prensa y televisión) y electrónicos (internet, comunidades para chatear, páginas electrónicas que las empresas productoras y distribuidoras de películas diseñan, tanto para sus campañas publicitarias, como para establecer foros de discusión y retroalimentación con sus consumidores, y sitios especializados en el fomento y la recreación de la cultura cinematográfica), columnas especializadas en los diarios, revistas especializadas y cinetecas virtuales.

A partir de algunos de los relatos de las experiencias compartidas por las audiencias a propósito de las primeras veces que fueron al cine y, de cómo éstas están asociadas a historias familiares, podemos apreciar, que no obstante las diferencias generacionales, sociales y educativas, la cinefilia de los entrevistados les viene por tradición familiar y es un acto aprehendido. Además se vierte una construcción de la memoria del cine topográfica. Es decir, las personas relacionaron sus recuerdos de las salas de antaño, siempre con lugares que les significaban un dato personal de ubicación geográfica y cultural:

"Soy la quinta de una familia de siete. Y de familia consumidora de cine. Especialmente mis papás, creo que es un hábito que heredé y de ver todo. Todo lo que pueda. Rento, voy al cine, lo más que pueda. Mis primeras referencias del cine, era porque mis hermanos mayores, uno de ellos fue, ahorita ya no tanto, pero fue adicto a ver cine. Vivían ellos por la Calzada por lo tanto estudiaban en el Colegio de los pobres que correspondía al Instituto de Ciencias, creo que el Salvatierra se llamaba. Y parte de los premios en navidad era una función de cine. A ellos les tocó el estreno del Alameda, con Peter Pan. Son anécdotas familiares que siempre han estado. Y después tenia un tío, que me decían a mí que me parecía a el tío. Porque no discriminaba, o sea veía lo que fuera. De un rancho venía a la ciudad a ver todas la películas. Y aparte cuando ya llegaban a su rancho, que es Teuchitlán. Que ahorita está muy de moda por una zona arqueológica. Llega el cinito ese de las sábanas, y mi tío se las sabía todas. Entonces lo odiaban los del pueblo porque platicaba la película. Entonces mi mamá, cada que iba al cine me decía que parecía mi tío

Lupe. Porque no podía faltar yo, pasara lo que pasara, tenía que ir al cine. Una o dos veces a la semana. Y eso, te decía es de familia. Todos son de ver películas". **(mujer, 42 años, empleada universitaria, estrato medio bajo)**

La nostalgia por el pasado, y los tipos de programación en las carteleras que había antes se hizo también presente en algunas personas, quienes incluso, como lo ilustra el siguiente testimonio externaban apreciaciones y juicios sobre actores y películas:

"*Me acuerdo en aquellos años cuando íbamos a ver las matinés. Ibamos a ver películas entre semana, sábados y domingos era para ir a ver películas más avanzadas. Pero los lunes era San lunes, trabajaban los albañiles y nos íbamos al cine Parre por aquellos años, allá por ejemplo en el 72', 74'. A ver películas de Pedro Infante, de este carajo del Piporro, eran las que se aventaba uno a medio día, Jorge Negrete. Había muchas películas muy buenas que miraba uno en aquél entonces. Era pues lo más clásico. Si iba uno a ver más fuertes por ejemplo, se ponía uno a ver películas de Mario Almada, que era lo que rifaba en antaño*". **(hombre, 46 años, trabajador mercado de abastos, estrato bajo)**

Se destacaron también las bondades que ofrecían los cines populares de la ciudad, por su costo de entrada, por su programación , y cómo la televisión alteró esta practica cultural de ir al cine. En el siguiente testimonio se deja entrever cómo la ubicación geográfica de las salas de cine guardaba una relación directa con su segregación social:

"*Allá para Guadalajara estaba el cine Avenida, el cine Metropolitan, estaba el cine Park, el Sorpresa; había muchos cines. Eran para el pueblo, eran pues pa' la raza. Y pagábamos un boleto, tres películas por dos pesos o por tres pesos. Íbamos a ver las películas del Gastón Santos, y puras de esas, del Santo. Ahora ya no vamos casi al cine, porque ya hay tele y como que no me llama mucho la atención. Póngale que son cines, ya más de lujo. Ya más modernos, pero no tienen esa chispa de antes. Antes tú te metías al cine a cualquier hora del día, salías a la hora que tú querías. Ahora no. Ahora tienes que estar puntual a la hora de entrar. Si te tardas poquito más ya no entras. Y entonces antes no tenía la gente esa... Solamente la gente que no tiene qué hacer, si puede que vaya con tiempo".* **(hombre, 30 años, lavacoches, estrato bajo)**

Así mismo, los (as) participantes recordaron sus primeras experiencias de cine con mucha nostalgia, aludiendo que esta afición o gusto por el cine les había llegado desde muy temprana edad.

"*Casi desde que tengo memoria voy al cine, si desde muy chiquito. Como a mi papá le gustaba mucho el cine, me acuerdo que desde que llegamos a Guadalajara fuimos al cine, al Charles Chaplin. De hecho ahí fuimos a ver* ***Pelotón****, aunque estaba yo muy chiquito me dejaron entrar. Ya como a los diez o doce años me iba yo solo con mis amigos*". (**hombre, 20 años, estudiante, estrato alto)**

Parte de la audiencia entrevistada también ligó sus primeros recuerdos de ir al cine, no solamente con un referente personal, sino con el impacto que ciertas películas tuvieron en su vida futura. Así mismo se vuelve a remarcar, como lo hizo una mayoría de los jóvenes, su disgusto por el cine hollywoodense de manera absolutamente espontánea.

" Empecé a ir al cine desde chiquito y mis primeras películas fueron, lógicamente las de Walt Disney. La que más vi fue la de Robin Hood, creo que la vi como siete veces. ***E. T.*** me marcó muchísimo*, la veo todavía y lloro. Otra película que me marcó desde muy chiquito , fue a los siete años, cuando me estaba preparando para la primera comunión fue,* ***De color púrpura****, salí traumado. Ahora ya no voy tanto al cine porque hay una saturación de películas gringas"*. (**hombre, 22 años, estudiante, estrato medio)**

Estas historias personales recuperan el pasado de las actividades de ocio de otras épocas, y de cómo se ha venido deconstruyendo el uso social del tiempo y el espacio a través de la cinevidencia, tales como: el recuerdo de las salas de cine de antaño, preferencias cinematográficas que marcaron un momento histórico y una generación. Estos testimonios relacionados con determinados lugares fueron muy frecuentes, esto significa que las personas organizaron sus historias topográficamente, ubicando sus historias de la memoria en lugares de remembranza, ya fuere ligados a su infancia o a su juventud.

Esta memoria topográfica de los informantes habla también de algunas de las maneras en las que la memoria del cine opera como una forma específica de la memoria cultural. Es decir, nos hablan de una vieja manera de asistir al cine, una vieja manera de cómo se proyectaba el cine, se recupera el valor que tenía antes el tiempo libre y su relación con los monumentales cines que florecieron en Guadalajara a partir de los años 40`s, y finalmente nos hablan de los desplazamientos sociales y culturales a los que han contribuido estos

“templos del entretenimiento”. Es decir, se hace referencia a cómo se ha perdido el sentido de intimidad dentro de una multitud, el gusto a afiliarse a una alegría comunitaria, de ser y estar con los demás.

A través de estos testimonios topográficos se observa que los sujetos - audiencia establecen ciertos mapas de los espacios y a su vez se insertan dentro del pasado, o hablan desde el presente, o ellos tal vez hacen un viaje discursivo de pasado a presente. Lo cual nos está hablando de la manera en que la memoria del cine se liga con un tiempo y un espacio, y que en ello deviene su relación con la memoria cultural. Se vuelve a tocar el tema económico; los precios de los boletos eran más baratos y con una entrada se podían ver dos o hasta tres películas, y había “permanencia voluntaria” .

Estos testimonios vienen a confirmar que la produccion de sentido a partir de una experiencia filmica, también se puede construir a partir de las referencias familiares, de las prácticas de una época, así como a partir de las convenciones culturales trasmitidas a través de ámbitos, familiares, escolares y sociales. Y ello no es otra cosa que el equivalente de un guión personal que deriva de una historia social y cultural.

6.3. EDUCACIÓN SENTIMENTAL A TRAVÉS DEL CINE

La manera en que las películas permanecen en nosotros, nos transporta a un pasado lejano, cercano y tal vez a un presente inmediato, pero también contribuyen a la construcción y reconstrucción de una memoria histórica del cine en particular, y a una memoria personal y social en general. En el material empírico hay expresiones que hablan de los deseos y los afectos que las películas provocan en sus audiencias, y cómo algunos títulos mexicanos han configurado la educación sentimental de una comunidad social. A decir de Carlos Monsivàis, esta experiencia constituye: *ver en lo fílmico a su manantial de referencias, no*

lo que es sino lo que debe ser: así debemos divertirnos, cantar, llorar ... el cine mexicano es básicamente el Presente Ideal, la utopía que no dice su nombre por flojera y modestia o súbito olvido (1994:68).

Por ejemplo, el acto mismo de estar en una sala de cine está ligado a cuestiones de índole afectiva, es decir, a identificar en las historias y personajes su realidad más próxima.

"Las películas de Pedro Infante siempre nos han gustado porque pues tocan temas del pueblo. O sea, que los personajes de Pedro Infante siempre han sido muy apegados al pueblo. Entonces pues nosotros desde chicos hemos sido jodidos. Nunca hemos sido bien acomodados ni nada, siempre hemos sido el pueblo. Entonces pues siempre las de Pedro Infante nos hacen llorar, nos hacen reír y todas las películas mexicanas que pasan todavía por la televisión. La más conocida y la que más nos gusta es la de ***Nosotros los pobres*** *y* ***Ustedes los ricos****. Pero tiene muchísimas, todas las películas. También hasta de romances que saca, que ha hecho. También tienen su chispa y son naturales. O sea que no tienen doble sentido, ni hay manoseos, ni nada. Por eso es que nos gustan esas películas".* **(hombre, 39años, lava coches, estrato bajo)**

El placer de sentirse identificado con una película a través de sus personajes y que ello provoque un viaje interior, fue otro tema a destacar, por ejemplo:

"Lo que más disfruto de una película es que me impacte, que me haga empatizar con los personajes, con la temática. Me gusta sentirme un poco identificado o sentir alguna reacción que yo tendría en alguna situación, en algún conflicto que presente la película". **(hombre, 20 años, estudiante, estrato medio alto)**

O, hay quienes son más exigentes con sus gustos y placeres con el cine, y que en el caso del siguiente testimonio estaría vinculado a una determinada educación:

"Creo que lo que más disfruto de una película es la composición de la imagen, la dirección de arte y pues obviamente la trama. No la trama, no el guión sino, más bien cómo el director te envuelve en la historia. Sea la historia que sea, lo que más disfruto es que me hagan sentir cosas, ya sea lo que sea. Si me hacen sentir repulsión, asco, lo que sea, pero que me provoquen algo, odio, lo que sea, pero eso es lo más disfrutable". **(mujer, 26 años, estudiante - artista audiovisual, estrato medio bajo)**

En los testimonios anteriores, podemos apreciar dos tipos de construcciones en los recuerdos y memoria para con el cine y su poder de identificación. Por un lado, hay claramente una anécdota narrativa que hace referencia a dos títulos de películas mexicanas,

interpretadas ambas por uno de los actores - mitos del cine de la "época de oro" mexicano más popular, Pedro Infante. Ahora bien, ambos títulos han sido considerados por estudiosos y críticos como piezas medulares en la educación sentimental de los mexicanos, y cuyo corte narrativo correspondía al clásico melodrama de la época, aquel que implantó modelos de conducta, encumbró ídolos y decretó hablas y valores.

A propósito de estos clásicos del cine nacional y sus estrellas de cine, convertidas a la larga en absolutos mitos, Carlos Bonfil (1994:27) expresó lo siguiente:

[...] El público cuenta ya con un prototipo de comicidad urbana: Cantinflas, el "peladito"; una primera pareja romántica: Tito Guízar y Esther Fernández; presencias tutelares que son barricadas contra el vicio y la desintegración familiar: Fernando Soler y Sara García; aprovisionamientos del rencor: Miguel Inclán y el Indio Bedoya; modelos de virilidad y simpatía campiranos: Jorge Negrete y Pedro Infante; un modelo de abnegación femenina: Blanca Estela Pavón, la "Chorreada"; una hembra gorgónica: María Félix, y la femeneidad estilizada que es reverberación del cine mudo: Dolores del Río.[...].

En este sentido, lo que se revela en los testimonios de las audiencias es la elaboración de un discurso anecdótico que está vinculado con su propia realidad, como cuando dicen: *"O sea, que los personajes de Pedro Infante siempre han sido muy apegados al pueblo. Entonces pues nosotros desde chicos hemos sido jodidos",* este sujeto se está identificando a él mismo y a su familia.[1] De manera indirecta está también diciendo que las películas mexicanas de antaño eran "decentes", porque *"no había doble sentido, ni manoseos".*

[1].- Este informante pertenece a una familia numerosa, son nueve hermanos y su madre es viuda, él tiene tres hijos, y tanto su esposa como ellos viven con la madre, al igual que tres de sus hermanos. Ha trabajado de lavacoches, cargador en los mercados, bolero, y cuando se puede hasta de mesero. En el momento en que hicimos la entrevista estaba pensando seriamente irse al norte a trabajar, pero lo que más le dolía era dejar sola a su madre.

Lo que se advierte es una cierta educación diferenciada por parte del cine, ligada a cuestiones de orden social y escolaridad. No es fortuito que aquellas personas de escolaridad hasta primaria y que desempeñan labores no profesionales, conserven un gusto especial por los géneros más populares del cine *hollywoodense*, como son el cine de acción y violencia, y además sean asiduos a ver cine por video y televisión. Otro de los entrevistados aludía al respecto:

"Mire, a mi casi no me gusta ir al cine, prefiero ver cine en la televisión o rentar videos, para estar con "la doña" y los chiquillos. Me gusta el cine americano, las de Van Damme y Stallone, y del cine nacional, no me pierdo las de Cantinflas y Jorge Negrete. Y además ahora en los videos usted encuentra todo lo que quiera de cine mexicano y gringo, y ya si se les quiere adelantar, pues aquí en el Mercado consigue todo lo que quiera "pirateado". Por ejemplo, yo si voy a un Videocentro, o sabe como se llaman los nuevos, rento de los hermanos Almada, de las viejitas y de Jorge Reynoso". (**hombre, 46 años, trabajador en el mercado, estrato bajo**)

"Ya ahorita casi no voy al cine. De hecho tengo muchos años que no voy al cine a ver películas de estreno. Más bien, vamos y rentamos una video. Vamos y rentamos películas que ya estuvieron de estreno, y que ya están en video. Y las vemos en familia. Y hasta nos sale más barato. Entonces también por eso las vemos. Siempre y cuando sea del gusto de todos. Porque a mi mamá, hay muchas películas que no le gustan. Entonces a nosotros nos gustan un tipo de películas y a ella le gustan las de siempre. Entonces cuando queremos ver una película, que en realidad se nos hace buena, pues ya nos sentamos con mi mamá y ya..." (**hombre, 39 años, lavacoches, estrato bajo)**

Contrariamente a estas preferencias cinematográficas, algunos de los participantes, jóvenes con escolaridad hasta licenciatura y por ende con un rango mayor de información y cultura afirman lo contrario sobre el cine *hollywoodense*:

"*Lo que si no me gusta ver son las gringadas, que últimamente sacan mucho. Es que los gringos son los que salvan siempre, son los héroes. Estas películas no me llaman la atención. Igual que las gringadas románticas, hay algunas padres, pero otras estas super obvias* (**hombre, 26años, estudiante, estrato medio bajo)**.

Otra de las películas clásicas que se recordaron fue ***Los olvidados*** (1953) de Luis Buñuel, un melodrama urbano muy fuerte, y pieza fundamental de la cinematografía

nacional que marcaría el surgimiento del tema de los marginados, mismo que actualmente ha vuelto a resurgir.

Con respecto a películas mexicanas más contemporáneas que recordaron, éstas se ligan con épocas y generaciones. Por ejemplo, e independientemente de la edad, hubo varios jóvenes de entre 23 y 27 años que manifestaron un gusto especial por el cine mexicano de los setenta. Varios evocaron títulos como ***El Apando*** y ***Canoa***, ambas dirigidas por Felipe Cazals y que fueron en su momento, y quizá hasta la fecha, de las pocas películas mexicanas con un discurso político y de denuncia fuerte.

En *Canoa,* Cazals hace un recuento, sobrio y muy arriesgado, de los hechos ocurridos en el pueblo de San Miguel Canoa en 1968 a cinco trabajadores de la Universidad de Puebla, quienes intentaban llegar a las cima de un volcán cercano, y terminaron brutalmente agredidos y masacrados por el pueblo incitado por el cura y los caciques, quienes sostienen que estos extraños son comunistas de la Universidad y vienen a acabar con la paz del pueblo.

Ambas películas han sido exhibidas varias veces en los canales culturales de la televisión a lo largo de las últimas décadas, e incluso ***Canoa*** fue reeditada recientemente (1999) en una versión donde se incluyen escenas inéditas y una pista sonora nueva. Tres títulos de películas mexicanas contemporáneas que estuvieron presentes a lo largo de la entrevista, tanto para reafirmar posiciones o preferencias, o bien comparaciones fueron*;* ***Sexo, pudor y lágrimas***, ***Amores Perros*** e ***¡Y tú mamá también!***..

Otro asunto interesante que se derivó de esta conversación fue sacar a colación temas muy significativos que tienen que ver con las nuevas apuestas de los cineastas mexicanos. Por ejemplo, cuando algunos jóvenes me explicaban por qué les había gustado determinada película, argumentaban que el sexo había sido siempre un tema tabú en el cine

nacional y que ahora las nuevas películas lo estaban llevando a la pantalla con un tratamiento más honesto y, sin dolo y moralejas. Sin embargo, también hubo entrevistados a quienes no les gusta el cine mexicano, curiosamente, fueron mujeres de 20 a 24 años, las tres estudiantes de artes audiovisuales, de temperamento liberal y muy modernas.

Su crítica al cine mexicano actual está relacionada con la manera en que los modelos del cine *hollywoodense* han influido en el corte narrativo y estilístico de las películas nacionales, y por otro lado, al poco vínculo que existe entre las historias y la realidad de los mexicanos, o bien que son burdas e inverosímiles. Esta última apreciación, se puede leer también como una crítica a uno de los problemas mayores que el cine nacional ha venido arrastrando, al menos durante las dos últimas décadas; una ausencia de buenos guionistas de cine, y el hecho de que algunos productores, o funcionarios de las instancias oficiales de cine sigan considerando que la audiencia mexicana no está preparada para temas o problemáticas sociales que se están viviendo actualmente en nuestro país.

"*El cine mexicano no me gusta mucho, no sé porque vas y de repente te desilusionas con la película. La última mexicana que fui a ver, o yo no entendí, o era comedia porque toda la gente se reía de las situaciones. Vi* ***El último aire****, entonces no me gustó. Fue... no, o sea yo no vuelvo a pagar para ver una película mexicana. No me gustó por como estaba desarrollado el tema, a mí se me hicieron muchas de las acciones absurdas. Como que digo no puede ser que eso suceda y que la* gente *así lo tome a la ligera, digo en la actuación. Y luego el público riéndose, yo decía es que eso no es gracioso y dije no, no me gusta".* **(mujer, 20 años, estudiante, estrato medio bajo)**

Hubo quienes además de dar sus razones muy concretas de porqué no les gusta el cine mexicano, comulgaban con la idea de que los clásicos del cine mexicano eran mejores, y fue muy curiosa la manera en que se vincularon las películas *Los olvidados* y *Amores perros,* siendo que la primera es uno de los primeros melodramas sociales urbanos que retratan el mundo de los "marginados" y que tiene nexos muy fuertes con la película de González Iñárritu.

"Lo que no me gusta mucho es que el cine mexicano está pareciéndose mucho al cine gringo y la mayoría del las películas que he visto plantean una realidad que no existe. Por ejemplo la película ésta que fue famosísima, la de ***Todo el poder****. Me parece una película que no tiene nada que ver, no sé que estaban pensando, no es una realidad. Ponen a alguien que no vive aquí, alguien que tiene otra realidad muy diferente a lo que es la realidad de México. Eso es algo que sí me gustó de Amores perros, creo que esa sí retrata más lo que es la realidad que se vive en México. Pero por ejemplo,* ***Los olvidados****, de Luis Buñuel, es excelente, la puedo ver diez mil veces. La vi a los dieciocho. Creo que hasta ahorita ninguna le gana. Esa película para mí, sí retrata cómo es la sociedad mexicana. Aparte que es muy disfrutable, para nada sientes forzados los diálogos, ni nada. Es, se podría decir encantadora verla, porque no te molesta para nada, todo lo ves muy natural. Te la crees. Y es algo que aún no han logrado todavía los nuevos directores de cine. Todavía como que no te crees los diálogos".* **(mujer, 24 años, estudiante y artista audiovisual, estrato medio)**

Frente a estas respuestas y, para efectos de poder ubicar en su justa dimensión histórica, social y cultural esta producción de sentido, convendría considerar como observables de peso, tanto la multiplicidad de medios, sus ofertas y la distribución de los mismos, como las propias políticas culturales que siguen imperando en México. Cierto es que los jóvenes, frente a este escenario tienen mayores opciones de selección de la información, e información es poder, es conocimiento, y es cultura. Por tanto, hay un repertorio cultural más amplio que les otorga la condición de ser protagonistas de sus propios significados. No estoy dejando de lado, el dominio y el poder que las industrias culturales tienen sobre este proceso, pero también es un hecho que a últimas fechas, y debido a algunos cambios sociales y la pluralización y diversidad de los ámbitos de acción institucionales, las industrias culturales han venido generando bienes culturales y simbólicos, muy cercanos al mundo actual que nos rodea y que finalmente constituyen propuestas de definición de quienes somos, y ¿por qué no? De quienes no somos.

En el terreno de lo propiamente cinematográfico, los contenidos de estos productos culturales también proponen e imponen, histórica y socialmente, patrones estéticos,

narrativos, y construyen el placer de mirar y leer imágenes fílmicas y, lo más importante, vierten y configuran estilos, valores. De tal suerte, que cuando por ejemplo los sujetos expresan un fuerte disgusto para con la construcción de los personajes de la película *¡Y tú mamá también!,* aludiendo a que estos jóvenes no tenían nada que ver con la juventud mexicana, lo que pueden estar manifestando en el fondo es una serie de valores fundados en sus propios orígenes de clase que no les permiten poner distancia con un relato de ficción.

"*No me gustó porque el mensaje que yo entendí es, metete drogas, ten relaciones con quien quieras, no te protejas. Si estos son los valores que tenemos ahorita estamos perdidos*" **(hombre, 22 años, estudiante, estrato medio)**

Se puede advertir que el cine como una expresión cultural de nuestro tiempo, no sustituye a la realidad, la representa y muy posiblemente la amplía. Como discurso responde a determinados intereses y participa de una determinada visión del mundo.

En relación a las evocaciones cinematográficas que los y las entrevistadas hicieron, éstas se vinculan con el grado de gratificación que una película otorga, a la vez que con el placer que provocó a título individual. Incluso me llamó mucho la atención que en una parte de la entrevista donde les pedía que me relataran una experiencia fílmica, dejando la opción abierta a lo que cada quien quisiera recordar, al menos la mitad de los entrevistados se refirieron al hecho de dejarse llevar por la magia de las imágenes en movimiento. Hubo quienes recordaron diálogos y secuencias completas de películas, y me lo expresaban con mímica y entonación. En casi todas los evocaciones estaba presente la gratificación que proporcionó determinada película, y los nexos con sus historias de vida personales. Como en la respuesta de esta maestra de 52 años:

"*Ah. No sé, la manera de llevar la historia, la fotografía, la música, ¡no!, ¡no!, fue* ***La sociedad de los poetas muertos****. Es una de las películas que creo que podría ver y ver y volver a ver. Yo me imagino que algo me mueve como maestra. Hay una escena que yo cuando digo - La sociedad de los poetas muertos- que me impacta más, es cuando ya al final entra el maestro por la puerta detrás del salón y el director que era el que había*

tomado el grupo, se le queda viendo horrible y uno de los alumnos se para en la silla y luego en el escritorio y le dice Capitán mi Capitán. Y la podría ver y volver a ver. Y creo que todas las veces que la he visto he llorado como de la mitad de la película hasta el final. Porque ya sé lo que va a pasar". (**estrato medio alto)**

O en la de un estudiante de 26 años de estrato medio:

"*Son como sentimientos encontrados ¿no?. Por ejemplo, yo creo que sí vio usted **Historia americana X**, hay un momento que se me hace muy importante, cuando mata al chavo en la banqueta, así como que te quedas -¿Qué onda? y a este cuate ¿qué le pasa?, pero ¿qué piensa?- A veces son escenas ¿no?. Que te hacen que te acuerdes de una película o tú dices –no, hombre, pues es que por esta escena, la película valió la pena-. Y sí, no. A veces es una sola escena en toda la película. O a veces es una frase en toda la película y tú dices –órale, que bueno que vine a ver esta película. Y me dan ganas de verla otra vez*".

En algunas respuestas como en la de otro estudiante de 27 años, se acentua la identificación a nivel personal:

*"Porque te metes tanto que dices, es que yo estaba ahí. Y me pasó lo mismo. De hecho fui a ver **Chocolat**e, la película de Juliette Binoche. Me acuerdo mucho de la escena donde está la abuelita, la que es muy corajuda, y que llega la hija, y está el nieto ahí. La hija se enoja y todo ese rollo. Cuando le dice que por qué le ayuda, si ella es diabética o no sé que tiene. Entonces la otra chava se queda así como que, qué onda. Me impactó mucho la escena porque de repente son sensaciones o son sentimientos que se interrelacionan con lo que a veces me pasa".* **(estrato bajo)**

La identificación está también muy vinculada con las preferencias estéticas y la carga visual que las imágenes pueden dejar en la memoria de los sujetos, el siguiente testimonio nos remite a ello:

*"Mira no importa que no sea mi escena favorita pero creo es lo que ahorita me viene a la mente. Y creo que de alguna manera es bastante como representativo de las cosas que me gustan en el cine. A principios de la película **En el nombre del padre** con Danny Day-Lewis, hay una escena donde él con bastante desenfado está jugando en un techo de una casa con una escoba y la punta de esa escoba la ve un soldado inglés, y cree que es un arma, entonces por esa escena se arma algo así como un motín.*
Creo que realmente es una escena bastante loca, pero todo funciona casi como un sistema. Es muy anárquico por un lado, pero será como está logrado. No hay nunca algo que parezca fuera de lugar. Esa escena me gusta mucho". **(hombre, 39 años, docente universitario, estrato medio)**

Finalmente, en respuestas como las de un investigador de 40 años, cobra especial importancia:

"Me acuerdo mucho de ***El tercer hombre****, cuando sale el actor Orson Welles, cuando sale por primera vez, esa toma que él está recargado en la puerta, que se ve en blanco y negro ¿te acuerdas? ¡ rrrrrr! Se ve que entran. Esa se me hizo padrisísima. O la de* ***La bella y la bestia****, la original, esa escena que va con los candeleros, que ella va caminando por un pasillo y se ven los candeleros; esa es padrísima. Quizás esa película en particular la fuimos a ver, con un arreglo musical que hizo Phillipe Glass; entonces el arreglo era en vivo y paralelo a la película. Entonces ahora si, fue una maravilla la película".* **(hombre, 40 años, investigador, estrato medio alto)**

Estas evocaciones se refieren sobre todo a las sensaciones que la películas provocan, y a un discurso más identificable con la factura de la misma, el recuerdo de los nombres de los actores, directores e, incluso los compositores musicales, lo cual está hablando de un cierto grado de cultura cinematográfica. No es del todo fortuito que estos recuerdos provengan de un estrato social medio y medio alto, con rangos de escolaridad altos (de licenciatura hasta doctorado) y de edades adultas. La manera en que se refieren al impacto y gratificación que les produjo la película estaría ligada al potencial inmediato que tiene el lenguaje cinematográfico de dejarse llevar por la magia de las imágenes.

Dichos relatos, traducidos en imágenes funcionan como indicadores de análisis relevantes para explicar, qué gratificación le proporcionó una determinada película y cómo los (as) sujetos vincularon los hechos ficticios de un relato fílmico con su realidad. A decir de Serge Daney hay dos maneras en que las películas permanecen en nuestra memoria, según su calidad:

De una película banal o fallida quedan a menudo una o dos escenas excepcionalmente conseguidas, cuyo recuerdo persiste. Pero estas imágenes no se quedan en el recuerdo porque serían los "mejores momentos" de una película inolvidable o medio olvidada; se quedan porque son como recuerdos – pantalla que hacen guardia en torno al secreto personal de una película amada casi en secreto (Daney:1992:15).

Así pues podemos decir que recordar y contar una película que nos impactó por determinada razón, responde a un orden interior y al hacerlo sentimos un placer indudable.

7.- MODOS DE REPRODUCCIÓN Y RESIGNIFICACIÓN EN EL DISCURSO DE LA LOCALIDAD

> ***"[...]No se explica el porqué han de conceptuar como desmoralizadoras las lecciones que del cine se desprenden, cuando al cine debemos la juventud actual un gran bien; nuestro modo de amar, nuestro selecto comportamiento en el terreno harto gastado de hacer el amor[...]" (El Cine Gráfico,3 de mayo de 1936, México)***

> ***"A fin de cuentas la película si demuestra la homofobia de la sociedad mexicana. Y luego que entre esos chavos de los que están hablando, también hay cierto open mind, de que "tengo un amigo gay", y eso te hace estar in. Pero no los quieren ver besarse" (hombre estudiante de 32 años de estrato bajo).***

7.1.- La resignificación en la producción discursiva

En este capítulo me interesa analizar la producción discursiva de los sujetos audiencia que participaron en los grupos de discusión, mismos en los que la película *¡Y tú mamá también!* fue el detonante, en correspondencia con el proceso de identificación - negociación de sentido. Es decir, investigar ¿por qué se ve una película con x significado? ¿a partir de que posición identitaria? ¿qué parte del relato fílmico se ve?. Y finalmente ¿cómo negocian los segmentos de audiencia sus visiones? ¿qué pesa en ello, las convenciones culturales, los contextos históricos y sociales de producción de la película, o una moral personal? ¿con qué tipo de referentes y representaciones los miembros de la audiencia se identifican, o marcan la diferencia para elaborar su producción discursiva?

Todo ello, bajo el supuesto de que a través de este artificio metodológico el lenguaje se convierte en una forma de representación de las fantasías, deseos y subjetividades de los sujetos**.**

Algunos otros datos más sirvieron de complemento a este análisis, tales como identificar las mediaciones culturales que influyen en este proceso, donde el público

construye o reconstruye la película.. Es decir, reconsiderar el material empírico que derivó de las entrevistas, tanto en materia de hábitos de consumo de cine, preferencias cinematográficas, acercamiento para con el cine mexicano, y la presencia de los medios audiovisuales.

Al buscar analizar el significado y construcción de sentido de una determinada propuesta, en convergencia con estas mediaciones, podré acercarme a una reflexión hermenéutica que explique por qué el significado de un referente fílmico se resignifica y se renueva y transforma en el proceso mismo de apropiación y negociación.

El análisis de la producción discursiva al interior de los grupos lo hice a partir de los siguientes indicadores: el entorno de la sesión; los temas tratados en la película; las posiciones en contra o a favor de la película que se manifestaron durante la elaboración del discurso; las prácticas discursivas al interior de las relaciones que se dieron para su construcción; los elementos temáticos y cinematográficos que los participantes recuperaron de la película, o bien, aquellos que predominaron durante la sesión; y los posicionamientos identitarios desde donde se estructuraron y elaboraron los discursos y los temas hablados.

El primer paso para la construcción del dato fue a partir de la revisión del ambiente situacional y la dinámica de discusión al interior de cada grupo, ello para establecer los turnos de las hablas individuales (Teresa Carbó:1995),[123] es decir, ubicar las voces que dominaron la discusión, las voces que confrontaron, o bien las voces conciliadoras. Posteriormente y para fines de la construcción de un corpus temático, opté por revisar las modalidades discursivas que se dieron al interior de cada grupo, así como las condiciones discursivas y de producción. Esta última etapa estuvo delimitada por una primera lectura en

tres niveles. Estos niveles de lectura destacados por Noé Jitrick (1993) en su análisis de textos fueron un soporte idóneo para poder hacer distinciones entre uno y otro grupo. Los niveles de lectura que el autor señala son: la lectura espontánea que los participantes hacen y que está ligada con la propuesta de sentido;[124] la negociada, es decir aquella que se da en el marco de un consenso de grupo, pero que para algunos de los miembros puede representar resistencias, y la opuesta, que implica la decodificación en forma contraria a la propuesta del film. En cualquiera de estos tres niveles de lectura de la producción de sentido que los sujetos den a la propuesta de sentido, derivará una producción discursiva de reconocimiento, de repetición o de innovación, pero también se podrán dar actos de resistencia o de subversión (Todorov: 1974:15). En este último paso es donde creo que se recupera la resignificación del referente fílmico, y se marcan las diferencias de las hablas individuales en relación a los contextos sociales y culturales que sustentan su producción de sentido.[125] Una vez realizada esta primera lectura procedí a vincularla con la dinámica de discusión que se dio al interior de cada grupo, a fin de analizar la capacidad de expresión de los y las participantes, así como el acoplamiento de grupo, o bien las diferencias que marcaron el sesgo de la discusión. De estas lecturas fueron derivando temas que marcaron las constantes discursivas de cada grupo.

---

[123] .- Teresa Carbó señala que el estudio de los diferentes turnos de hablas y sus usos, los diferentes tipos de hablantes y su participación y atribución ayuda a poner atención en acciones y conductas no solamente verbales (1995:139).

[124].- Para fines de comprensión, el término "lectura" que maneja Jitrick, lo sustituiré por videncia o visión, ya que estamos hablando de un texto de imágenes.

[125].- La configuración de los grupos de discusión fue la siguiente:

El grupo "A" lo integraron cinco miembros con el siguiente perfil sociodemográfico: edad, de 29 a 42 años; género, cuatro mujeres y un hombre; escolaridad, de preparatoria a licenciatura; estrato social, medio (2), medio bajo (3) y ocupación: ama de casa (1), docentes (3), estudiante (1).

El grupo "B" se formó por siete miembros con el siguiente perfil sociodemográfico: edad, 18 a 27 años, género; seis hombres y dos mujeres, estrato social; medio – alto (1), medio (1), medio - bajo (4) y bajo (1), escolaridad; preparatoria a licenciatura, ocupación; dos empleados públicos, cuatro estudiantes y un maestro.

Los temas que más fluyeron a lo largo de la discusión en los tres grupos fueron: lo local - lo global; las relaciones de género; la sexualidad; el machismo, las prácticas culturales y de entretenimiento de la juventud tapatía y la nueva identidad del mexicano.

Finalmente, hice una última lectura de las posiciones identitarias desde donde cada participante elaboró su discurso, es decir, si en el caso de las mujeres mayores de 25 años, estaban elaborando su discurso, como mujeres, como trabajadoras, como estudiantes, o bien como madres de familia, e igualmente en el caso de los hombres, sobre todo a partir de los rangos de edad de 18 a 24 años, ya que fue esta la mayor participación. Estudiar si su producción discursiva la hicieron a partir de su género, su edad, su escolaridad, o bien, como estudiantes, trabajadores, o representantes de alguna institución.

Las modalidades y condiciones discursivas manifestaron diversas posturas en los tres grupos, a través de las cuales encontré representaciones de identidad que abren cuestionamientos dignos de tomarse en cuenta. Por ejemplo: ¿por qué ahora los jóvenes de los sectores medios están buscando una nueva identificación con los gustos, hábitos y convenciones culturales de los estratos bajos? ¿qué nexos identitarios o de pertenencia están buscando los jóvenes de estas clases? ¿por qué no se están identificando con los valores propios de su estrato? ¿cómo vincular el rechazo que los jóvenes del estrato medio exponen, frente al discurso que plantea la película *¡ Y tú mamá también!?*.

Ahora bien, para la comprensión de un texto se requiere, naturalmente, el dominio de los códigos técnicos y culturales, es decir, que las y los participantes supieran identificar un lenguaje narrativo cinematográfico, no como expertos, pero sí como lectores de una imagen cinematográfica. Por ejemplo cuando se les preguntaba a los segmentos de

---

El grupo "C" lo constituyeron nueve miembros con el siguiente perfil: edad de 17 a 20 años; género, seis hombres y tres mujeres; todos trabajadores, a excepción de un estudiante; estrato social: bajo (6), medio bajo

audiencia sobre la película de *Amores perros*, una mayoría identificaron sin problema, que su temporalidad no era lineal, y comprendieron la intención del realizador de fragmentar el relato fílmico en tres episodios diferentes pero vinculados por una misma historia, la de "El Chivo". Pero además, para la comprensión de un texto, también están implícitas la multiplicidad de experiencias personales, un patrimonio cultural, y una memoria que desatan el proceso de recepción - interacción, durante y después de haber visto una película.

7.2.- ANÁLISIS DE NIVELES DE CINEVIDENCIA Y MODALIDADES DISCURSIVAS

En relación a los niveles de cinevidencia, advertí divergencias en cada grupo, ello debido a las diferencias en las categorías referenciales de cada uno (edad, género y estrato social), por ejemplo, en el grupo "A" el nivel de lectura fue desde la espontaneidad y la negociación, los afectos y las emociones, y sus comentarios encontraron nexos con lo que, al menos en el plano narrativo, la película estaba planteando, mostrar la realidad de los jóvenes mexicanos a través de un viaje intimista.

Algunos de los participantes de este grupo comentaron que seguramente muchos jóvenes al ver esta película: "*lo tomarían como una comedia y se morirían de la risa"*, o que la película para nada: *"sentaría un precedente reflexivo en los jóvenes"*, porque lo que estaba retratando era: "*el desmadre que muchos jóvenes de entre 18 y 20 años hacen para descubrir su mundo interior y social*". Se dio el nivel de negociación debido a que concibieron a la película como lo que es, una representación de la realidad, una ficción, y ello significó también poner distancia frente a los sucesos narrados.

---

(2) y medio alto (1); grado de escolaridad, de primaria a preparatoria.

En cambio, en el grupo "B", integrado por una mayoría de hombres en un rango de edad de 18 a 27 años, la lectura derivó de la negociación, las resistencias y la reflexión, a la vez que hubo confrontaciones severas entre los integrantes debido a razones de orden moral e ideológico.

Los siguientes testimonios nos remiten a un nivel de lectura marcado por la resistencia:

GB/H1(22/M) "*son tan degenerados! Mis valores no van con eso. Son las bajas pasiones".*

GB/H4(21/MA): *"es un desmadre, pero al mismo tiempo es una alegoría de nuestras fantasías, es algo exagerado, saturado, son un mal ejemplo para la juventud, Tenoch y Julio son los íconos de la juventud".*

GB/H1(22/M) con voz inquisidora afirma: *"el mexicano, por su cultura, no está preparado para este tipo de películas"*

Estas opiniones son indicadores de una producción discursiva que conlleva una carga cultural y moral ligada a la identidad del mexicano, y que de alguna manera viene a ser el retrato hablado de un estereotipo, aquel que no está preparado a verse reflejado en la pantalla. O bien, que no está listo a romper con la idea de una identidad nacionalista en demasía, o con simbolismos desbordados o con referentes, que establecen un "nosotros" frente a los "otros". Esos "otros" vienen a ser esos "iconos de la juventud" a los que hacen referencia los participantes. Pero que justamente porque sus valores son exacerbados no son los de estos jóvenes. En este sentido, dichas opiniones suenan más a un sentir de identidades sociales (De la Peña, De la Torre:1992) vinculadas a ideas y valores que sustentan un grupo social.[126]

[126].- Ambos autores señalan que la identidad social se puede constituir a través de tres dinámicas no excluyentes: por pertenencia a un grupo, red social, o marco institucional especialmente situado; por referencia a ideas y valores que trascienden las fronteras del aquí y ahora, y por contraste, es decir, por distinción y oposición a otros.

Los niveles de lectura de los participantes del grupo "C" se dieron a partir de la espontaneidad, creo que ello se debió, tal y como sucedió con los dos grupos anteriores, por razones de edad y sector social. El perfil de este grupo, en el que nuevamente había más hombres (seis) y solamente tres mujeres, y en donde cinco de ellos pertenecían a estratos sociales bajos, distinguió tanto su lectura como su producción discursiva del resto de los otros dos grupos.

GC/H2(19/MB) "Yo *nomás quería decir, a mí algo que me molestó, que me pareció mal fue el hecho de la clasificación de la película, porque, por ejemplo, yo fui y tenía 16 años cuando la vi. Me tuve que meter casi... bueno, mi mamá me metió así de... por.... Se me hace muy mal que sea* clasificación "C" *porque siento que es una película que debería ser vista principalmente por jóvenes como entre esa edad, entre 16 y veintitantos".*

GC/H6(19/B) "*Porque siento que ya como desde los 15 años uno empieza, o antes... bueno, no, como desde los 15 años, hombres y mujeres empezamos con todo ese rollo de sexualidad y hormonas y... como que, pues no sé, limitan, o sea deberían abrirse un poquito".*

GC/H4(23/M) "Y*o creo que el mensaje que cada quien toma de la película, ¿no? O sea, digo, hay un mensaje que es acerca ... yo creo que la película está principalmente dirigida a jóvenes hombres, o sea, porque, digo, pues son los personajes principales; a lo mejor una mujer madura también se puede sentir identificada con ella, ¿no? Pero uno como hombre le encuentra muchas cosas al significado, la amistad y lo que es el amor o qué tan confundidos estamos; de hecho tu masculinidad como decía anteriormente... o sea, porque, digo, no por el hecho de que muchas cosas sean hechos similares tú... puedas ser homosexual o tengas el deseo de estar con un amigo muy cercano".*

En cuanto a las dinámicas y modalidades de discusión al interior de los grupos, cabe señalar que en el grupo "A" hubo una buena interrelación entre ellos, pero dos voces dominaron la del único hombre participante y la de una de las mujeres mayores. Ello repercutió en que no fluyera la diversidad en la producción discursiva, o bien la confrontación, y ciertamente en algunos momentos se anquilosó la discusión sobre un solo tema. Por otro lado, ambos participantes llevaron mucho de la discusión porque se conocían un poco, sin embargo, no hubo manera de evitar este encuentro.[127]

En relación a la capacidad de expresión de sus miembros, ésta fue muy natural, la mayoría de las (os) participantes hablaban a partir de los sentimientos que les provocó la película, se pronunciaron desde la primera persona y sin prejuicios. Esto puede tener una explicación; por un lado la edad (de 29 a 42 años), y por otro, que dos de ellas eran madres de familia. De tal manera, que no se sentían tan identificadas con el tema y se expresaron desde el rol de madres. Las otras dos voces femeninas que pudieron haber provocado la confrontación, se mantuvieron más bien fuera de la discusión relacionada con las implicaciones morales que tenía la película, en cambio sí aludieron al toque de modernidad e internacionalización que tiene la propuesta del film. Es decir, mostrar a través de las conductas y el contexto de los tres principales protagonistas, otra identidad del mexicano, el emancipado y "mente abierta".

El siguiente comentario de parte de una de las participantes que es madre de familia refleja las primeras incidencias a las que me refiero:

GA/M1(39)MB *"Yo no dejé que mi hija fuera a verla. Todavía no cumplía 18, cuando se estrenó y fue a verla. Me dijo – llévame- . No, no te voy a llevar, dije, después, después de*

[127].- Como ya lo había mencionado en el capítulo 3, la conformación de este grupo fue muy desafortunada al final, además de que faltaron las voces heterogéneas (tres trabajadores del mercado de Abastos), otro invitado

que yo la vea. Entonces llévame. No, no te voy a llevar. Entonces, en la prepa se las pasaron y llegó burlándose de mí, riéndose. Ahora habla con el a "güevo", se ríe y es cínica; no le parece nada fuera de lugar".

A propósito del nuevo retrato del mexicano, se señaló que:

GA/M3 (29/MB) "*Pero eso es bien falso, incluso es todo un status dártelas hoy en día de arrabal. A mí a ratos no me gusta, me siento falsa. Y a todo eso, se nota que está dirigida al extranjero ¿no?. De mostrar una clase media como muy abierta. Eso de que con las chavas vamos a echarnoos el rapidín, y la mamá va subiendo las escaleras, así como que... No es que no diga que no se ve en México. Quizá sí, pero es con toda intención de vernos como extranjeros liberados*".

Para el grupo "A" ver la película *¡Y tú mamá también! s*ignificó un momento de recreación y diversión, y reflexión en algún sentido, ya que en este grupo también se abordó un tema que en los otros dos grupos ni se mencionó, que fue el de la muerte. Este tema estuvo presente desde el momento en que aparece la protagonista mujer – Luisa – y nos enteramos por su visita al doctor que le queda poco tiempo de vida.

GA/H1(32)MB**:** *"Pero nosotros vemos los problemas de ellos y los problemas de ella. Y nos damos cuenta que los problemas de ellos son absolutamente superficiales y no trascienden y lo de ella es más fuerte. Es que ella trae el conflicto más fuerte. A mí me afectó mucho cuando vi la película por primera vez, porque no esperaba la muerte de la chava, y al final sentí muy feo. Sí me afectó"***.**

La capacidad de expresión del grupo "B" se distinguió por asumir una voz crítica, incluso inquisidora por parte de uno de los miembros, podría hablarse de una cinevidencia desviada, ya que se le pedía a la propuesta de la película una mirada crítica y social de la

---

falló al final también.

sociedad mexicana actual, cuando creo que a nivel de relato y trama *¡Y tú mamá también!* solamente pretendió dejar un trasfondo general del paisaje social contemporáneo, a través del narrador y las imágenes que muestran la diversidad cultural nacional.

En relación a la función narrativa y social que tiene la voz en *off* del narrador, tema con el que arranca la discusión del grupo se dieron confrontaciones importantes:

GB/M2(20/MB): "*la voz del narrador es definitivamente denunciante"*

GB/H4(21/MA) le dice, que *"ese tipo de crítica es muy burda, muy de chiste facilón*".

GB/H3(24/M) comenta que: "*habría que pensar en términos de representación y les pregunta al grupo ¿cuántos jóvenes mexicanos pertenecen a las clases medias altas".*

Interviene de nuevo GB/H1 (22/M) quien tajantemente dice: *"la verdadera crítica es analizar y proponer los hechos. La película no propone nada".*

GB/H3 (24/M) insiste en que: "*todo a lo que hace referencia el narrador si es crítico, y que hay una intención clara de vincular este contexto con un x grupo social y todos los vicios al interior del grupo".*

Con respecto a esta inserción narrativa de un mosaico de imágenes sociales acompañadas de una voz en off del narrador, que describen y retratan a un México que no es al que pertenecen socialmente los protagonistas, pareciera que la intención del realizador Alfonso Cuarón hubiera sido la de presentar a un México en vías de crecimiento, y con toda una gama de adversidades sociales. Este mosaico de imágenes de trasfondo que transitan desde aquellas que nos muestran escenas de: un carnaval de reina de una pequeña comunidad, una anciana haciendo guardia en un altar indígena, donde estatuas de santos y veladoras comparten el sitio con juguetes modernos, hasta manifestaciones estudiantiles, y las aclamaciones de la llegada de la democracia en México por la caída del PRI en las

elecciones del 6 de julio del 2000, también privilegian y redondean el carácter de jóvenes pequeño burgués y burgués de Tenoch y Julio.

En este sentido, los integrantes del grupo no pusieron distancia para con el relato fílmico, y en todo caso lo que sucedió fue que se dio una identificación – diferenciación con el mismo. En parte, pienso que ello sucedió porque para algunos el retrato que se hacía de los jóvenes mexicanos de sectores sociales medios y medios altos, les era demasiado familiar.

A decir del propio director la intención de estas imágenes y el narrador fueron porque: "*Yo quería hacer algo con un sentido de distancia objetiva, así vino la idea del narrador. La historia empezó a tener sentido, cuando decidimos que el contexto sería tan importante como los caracteres".*[128]

Con respecto a la capacidad de expresión del grupo "C", casi todos(as) externaron sus puntos de vista de manera espontánea, fresca y directa, las hablas individuales se dieron en el marco de la expresión de sentimientos y afectos personales, no se escucharon frases construidas, sus términos eran muy coloquiales, propios de los jóvenes, e igualmente su estructura, anteponían una y otra vez el "bueno", el "este" y los " o sea".

En uno de los turnos de la primera parte de la discusión en el grupo "C" encontramos un ejemplo de este uso del lenguaje: "*Sí, yo también me siento identificado con algunas cosas que pasan, pues, este, es parte de lo mismo que vivimos los jóvenes ¿no?, o sea, yo al menos no me canso de, pues, de estar viéndola y encontrar detalles y formas de hablar como nosotros, incluso una palabra que suena igualito que como tu la dijiste. La relación de, este, de estos, es pues también muy parecida a la que yo tengo con mis amigos"* .

De lo anterior, se deriva que en los niveles de cinevidencia y la producción discursiva que se dieron en los tres grupos, la mayoría de los participantes del grupo "A" y "C" manifestaron actos repetitivos con respecto a su aproximación con el relato fílmico. Es decir, para ambos grupos la película se vio como una mera representación de la realidad. En cambio, para una gran mayoría del grupo "B" se distinguieron actos de resistencia frente a una representación, tal vez muy cercana, no obstante las diferencias en rangos de edad de los protagonistas del film.

Este segmento de audiencia elaboró una producción discursiva de resistencia frente a la propuesta fílmica; mostrar un retrato realista de la juventud mexicana y su contexto socio cultural, admitiendo la propuesta desde sus propias lógicas culturales, rechazando lo que no entra en las mismas, y anteponiendo una opinión no complaciente, sino crítica.

No es fortuito por tanto, que en cada grupo el nivel de lectura que se le dio al relato fílmico haya tenido un significado especial.

7.3.- MODELOS DE GÉNERO

De entre los temas que sobresalieron durante y a lo largo de las discusiones de los tres grupos, las relaciones de género y sus implicaciones en el campo de la masculinidad, fue una constante interesante. Con la salvedad, por supuesto, de que tanto a nivel de las hablas individuales como colectivas, la producción discursiva se tradujo en diversas expresiones, sobre todo en la manera de abordarlo y esquivarlo.

Por ejemplo, en el grupo"A" este fue el tema de arranque, apenas finalizó la película.

Se dieron divergencias concretas de opinión, pero en general se subrayó que la película sí toca un tema muy real entre los adolescentes de 18 y 20 años. Las opiniones difirieron en

el cómo se resignifica esta relación, debido a la propia narrativa del film, y a la construcción de los personajes centrales. Por ejemplo: GA/HI(32/MB) y GA/M2(42/MB) coincidieron en que: "*es una mirada muy cínica del director*", "*no hay morbo en la manera de tratarse*" y "*que es muy natural que los chavos a esta edad prefieran divertirse entre ellos, porque las viejas estorban, es el club de Tobby*", mientras que otra de las integrantes del grupo GA/M3(29/MB**)** dijo: "*que la relación entre Julio y Tenoch se ve muy exagerada, que son muy guarros"* y agregó que: "*quien hace verlos como unos nerds adolescentes, es justamente Luisa".*

A continuación refiero un turno de la discusión donde se imponen las voces dominantes del grupo y sus posiciones frente a este tema:

GA/M2(42/MB)**"***Yo creo que son dos adolescentes y la vida de ellos, igual puede ser más que eso".*

GA/H1(32/MB)**"***Pero sí hay cierto placer al mostrar el cuerpo masculino, inclusive gratuitamente; como la escena de la piscina". Ahí a lo mejor, porque los mexicanos no somos tan desinhibidos entre los hombres".*

GA/M2(42)"*Los mexicanos se la jalan en bola ¡eh!. Se la miden".*

GA/H1(32/MB)"*No*".

GA/M2(42/MB)"*Pues, a lo mejor tú te reprimías".*

GA/H1(32)"*No, tuve muchos amigos y, no. En ningún lado hay más tensión que en un baño, donde todos están así...." (*hace la mímica de que todos se miran entre sí)

GA/M1(39/MB)"*Tú te reprimías porque la tienes chiquita o ¿qué*?".

GA/H1(32/MB) "*Si tú vas a un baño y por equis razón, volteas y se la ves a alguien, ese luego, luego te ve que le quieres hacer algo o equis. Ahí podría encontrar algo que no me*

parecería realista, pero que en lo general no afecta mi apreciación por la película, que me gusta. Que los mexicanos no somos tan desinhibidos".

Otro segmento de la discusión de este grupo, relacionado con la masculinidad, y que refleja cómo una narrativa fílmica que conlleva una carga de evidencias culturales a través de las puestas en escena, predetermina una lectura (Stacey:1992:70).

GA/M3(29/MB) "*Iba a decir, que eso que viene tan rápido, el que a lo mejor cuando uno no se lo espera y ya se están besando. En sí, no se me hace tan rápido, yo siento que hay todo como un contexto homosexual entre ellos desde antes, por más que digamos que se las dan de machines. Yo lo veo, que por lo mismo de que son tan machines que cuando están desnudos, les gusta mucho estar desnudos juntos, masturbarse juntos. Y el hecho de que un muy macho, macho mexicano, si los dos estaban sobres con la chava, qué afán de estar juntos, cada quien hubiera buscado por su lado. Bueno, -yo con ella y nos* vemos - y no, ni *le hubiera avisado al otro, y no sucede, ya sabes que desde el principio –la vamos a compartir-. Una dependencia, de que son capaces hasta de compartir la chava".*

GA/M2(42/MB) "Yo no le encuentro un rollo tan homosexual, sino que los dos ahí están, hasta en el momento borrachos y todo, están ahogados".

En estos dos turnos, son dos mujeres las que están confrontando sus opiniones con respecto a la escena del beso. La primera señala que a lo largo de la película se nos viene preparando para esta escena que se convirtió en motivo de escándalo y censura cuando se estrenó el film. Un beso y caricias entre Julio y Tenoch, con Luisa de por medio, después de una noche de alcoholes, confesiones y baile. Es cierto que a lo largo del relato se nos fueron mostrando, una y otra vez, los cuerpos desnudos de los jóvenes, escenas de juego entre ellos, y confesiones personales de que ambos tuvieron relaciones sexuales con sus respectivas novias. Pero también podemos interpretar esta escena como provocadora. Y con

respecto al significado social que ésta tuvo en una gran mayoría de la audiencia en Guadalajara, uno de los participantes señaló algo que me parece muy significativo:

GA/H1(32/MB)"A fin de cuentas la película sí demuestra la homofobia de la sociedad mexicana. Y luego que entre esos chavos de los que están hablando, también hay cierto open mind, de que "tengo un amigo gay", y eso te hace estar in. Pero no los quieren ver besarse".

A propósito de la escena del beso entre los dos protagonistas, algunos de los miembros del grupo "C" lo expresaron abierta y espontáneamente:

GC/H4(23/M): "*la vez que yo fui a ver la película, la fui a ver con un amigo de toda la vida, y no sabíamos nada de (*se refería a la escena del beso*)... Entonces toda la película estábamos –no guey, si guey- ¿te acuerdas de aquella vez que sabe que? Entonces se dio la escena del beso, y duramos, o sea..... salimos de ver la película y nos quedamos sentados como quince minutos sin hablarnos, pensando en nuestra masculinidad".*

GC/H2(19/MB): "*No, pues es una situación que se presentó porque andaban drogados, andaban tomados y se presentó, se dio la situación, pues".*

GC/H4(23/M): "*Es que yo por eso me echo muchas discusiones, porque muchísimos lo entendieron como si fueran "gays", a mi me tocó oír a mucha gente que lo que no les gustó fue lo de los "gays". Sobre todo hombres chicos, bueno, compañeros de la prepa, todos decían, así como del rollo, de lo que hacen los "gays", yo nunca lo entendí así".*

GC/M3(18/M): "*A mi en lo personal, la película, bueno, me gustó, para verla una vez, ya una segunda, pero yo no me escandalicé. Yo siento, o sea, toda la película es la relación de dos amigos, sin llegar a aclarar, a afirmar que es una relación homosexual".*

GC/H4(23/M): "*Bueno, yo hablo desde mi experiencia personal. Igual, tengo amigos que desde que yo conozco, hace nueve años, todavía no tengo la confianza de hacer algo frente*

a él ¿no? Cosa que tengo, por ejemplo, amigas que conozco desde esa edad y si tengo una absoluta confianza de desnudarme frente a ellas. Yo pienso que son cosas arraigadas en la psique de cada sexo. Y a la vez, yo pienso que en los hombres es, siempre mucho más difícil aceptar ese tipo de cuestiones. Incluso hasta el mismo cariño que siente un amigo por otro, es siempre mucho más difícil que el hombre lo acepte."

Lo que hay detrás de esta construcción con respecto a las relaciones amorosas y la sexualidad entre hombres, deriva de un código que establece lo prohibido y lo aceptado, o bien que no encuadra con actos desordenados, calificándolos como adecuados o inconvenientes.

Pienso que el sentimiento personal se esconde a través de estas mediaciones, de los usos, modas, prácticas, que expresan o fortalecen una ideología dominante. De esta manera, el cine como un medio cultural y un terreno de representación, tiene que ver con las maneras en que se acepta o se rechaza un modelo.

En la película se ofrece un modelo de una moral social no legitimada abiertamente: Tenoch y Julio tienen relaciones sexuales con sus novias en las casas de ellas, sin problemas de censura por parte de los padres; aparece luego un tercer personaje, una mujer extranjera mayor que ellos con quien emprenden un viaje y con quien quieren tener relaciones sexuales. Y finalmente, la película nos muestra una escena larga, muy bien construida donde los dos protagonistas se besan en la boca y se acarician.

El beso en la pantalla, ya de por sí, es el equivalente a hacerlo en un ambiente público por la relación que se establece con el público. Este es justamente uno de los motivos por los que ocasionó tanto revuelo esta escena del beso. ¿Por qué se rieron tanto algunas personas durante la proyección de la películas en las salas de cine? Creo que porque cada sujeto siente un pánico horrible al ridículo y se ríe de nervios, no queriendo ni siquiera

imaginar que alguien pudiera verlo o verla en los momentos íntimos de su propias escenas de amor. Y porque además los besos en mega pantalla pueden provocar también los deseos de imitación.

Es evidente entonces que el problema fundamental no lo significó la trama misma De la película, sino esta escena del beso entre Tenoch y Julio que rebasó las convenciones aceptadas. El beso del escándalo y la censura se convirtieron entonces en el punto medular de importancia del relato fílmico.

Paradójicamente a este tema de las relaciones de género en la película, en la discusión del grupo "B" se le esquivó, e incluso fue necesario que yo intercediera en la discusión para poder abordar el tema. Los siguientes fragmentos de la discusión nos revelan esta situación.

GB/M2(20/MB): "Y*o creo que lo atractivo de la película es que es un tema tabú. Y que por eso el público se identifica, por lo prohibido".*

GB/H4(21/MA): "Ese fue el gancho de la película, promocionar el morbo en la gente, comercializar con lo prohibido"

GB/H1(22/M): *"Yo no había escuchado otro tipo de comentario sobre la película que no fuera el de la escena del beso entre los chavos, aquí en el grupo es la primera vez que se habla de otros puntos. Pero pienso que es porque la sociedad mexicana es tan macha, y aquí en Guadalajara son tan hombres que se dan unos con otros".*

GB/H5(18/MB): "*Pero la película te está diciendo que estás mal*".

GB/H1(22/M): **"***perdón que insista, pero esto es el reflejo del machismo***.** *El hombre para ser macho tiene que ser entrón"*

GB/H4(21/MA): "*igual no eran homosexuales, era el aprecio reprimido".*

GB/H6(22/B):"*el amor entre hombre y mujer es permitido. Pero tienes amor por un hombre, no físico pero de camarada ¿qué pasa?"*

GB/M2(20/MB: "*el macho quiere todo lo que le pertenece".*

GB/H1(22/M): "*el hombre tiene relaciones para contarlas con los amigos, no para sentirlas".*

GB/H3(24/M): "*es un código cultural, y una doble moral".*

Atrás de estas opiniones lo que se refleja es un carga cultural y moral desde la cual hablan los sujetos, y en la que la propuesta misma incidió, ya que la estructura temática y la construcción de los personajes protagónicos del film, sí estaban pensados en una tesis de provocación. También pienso que influyó el contexto de su exhibición, habría que recordar qué la película fue prohibida, clasificación "C", y ello despertó el morbo de las audiencias.

Sobre este asunto, David Morley señala que: "el sentido del texto (el que produce el público) se debe considerar atendiendo al conjunto de discursos (los que proponen los medios) con los que este texto se encuentra en cierto conjunto de circunstancias y al modo en que ese encuentro puede reestructurar tanto el sentido del texto mismo, como los discursos con los que se encuentra" (Morley:1996:75).

De no haberse manejado las premisas temáticas como se hizo en la película, y de no haberse montado toda la parafernalia de publicidad de esta manera, quizá la respuesta de los informantes no hubiera sido la misma, ni tampoco su visión. Estudiar la producción de sentido entre una película y su audiencia, no puede verse de manera inmediata a partir de las solas características textuales antes bien, señala Neale: "Lo que debemos determinar es el uso que se le da a un texto particular, la función que cumple en una coyuntura particular, en espacios institucionales específicos, y en relación con audiencias específicas" (1977:39/40).

7.4.- PERTENENCIAS CULTURALES

Otro elemento importante que se destaca en la propuesta fílmica y que fue crucial en la construcción de sentido que de ella se elaboró, es el realismo del relato fílmico, es decir la cercanía que tiene para con la sociedad mexicana actual.

GA/M2(42/MB) *"Pero yo sí sentí esa historia como muy cercana, porque conozco mil chavitos, hijos de mis amigos; que irse a Maruata o irse a la sierra, echarse ácidos, estar en el éxtasis todo el tiempo. Allá se van en lo que sea. Y el chiste es encontrarse una extranjera, es como la fantasía de todos. Y las chavitas fresas de aquí se van también.*

Entonces estaba un cuate, papá de uno de ésos chavos y le dije - dime si así no hablan tus hijos, dime si ellos no se la viven en el internet, en el chat, así hablan "y no mames, y qué pasó" - y el rollo es estar así hablar de quién trae la mejor mota. A mí me pareció muy representativa de esa generación. Si son éstos chavos guarros, que nomás hablan de eso".

GA/H1(32/MB)**"***Yo tuve una experiencia hace unos meses en el trolebús. Se subieron tres chavos así como los de la película. Me estuve acordando tanto, tanto de ésta película y reafirmé que la película es cien por ciento realista en ese sentido. Los muchachos estaban hablando exactamente así, igual, igual. Dijeron güey alrededor de unas mil veces.*

GA/M2(42/MB): "*Sí, pero si tú hablas con un cholo, no tiene ni idea de que existe la película. Si éstos ven a Rambo y a los Almada".*

Para el grupo "B" abiertamente dividido en dos posiciones, una inquisidora – tres integrantes asumieron el papel de jueces-, y otra más reflexiva, el relato fílmico significó un modelo de vida con el cual se identificaron, e identificaron a los jóvenes mexicanos, pero poniendo una brecha identitaria y generacional. Y por lo mismo, también el relato les significó negación frente a su realidad. Es decir, que su construcción de sentido la atribuyeron a un acto de negación para con ciertos valores y prácticas culturales, que no

tienen la misma función social para ellos, de la que el relato mostraba. Y en este sentido, su significación derivó de un acto convencional, muy posiblemente gobernado por estrategias aprendidas socialmente, y vinculadas a una moral pública.

GB/H1(22/M)**:** *No sé ustedes pero es tan degenerado no.*

GB/H4(21/MA)**:** *No, es fantasía, es como un desmadre y ya.*

GA/M2(20/MB)**:** *Unos a otros*.

GB/H4(21/MA)**:** *Si, no llevarte así a las chavas, con tus amigos ir al desmadre, ¡chido!. Pero así como, eso además está muy difícil como planchaban, no la conoces y al día siguiente te la estas llevando.*

GB/H1(22/M)**:** *Esos casos hay muchísimos ¡eh!. No sé como que ahí entran tus valores. Mis valores no son como para hacer eso. En películas sí, pero en la vida real no.*

GB/H4(21/MA)**:** *Sí, igual es como una alegoría de las fantasías de cualquiera de nosotros. Es algo exagerado, saturado.*

En cambio para el grupo "C" el relato fílmico significó un acto de negociación. El testimonio que a continuación remito nos habla también de una lectura muy espontánea y de identificación.

GC/H1(21/B): "*Bueno, a mi eso nunca me llamó la atención, de hecho por eso nunca me había llamado la atención verla. Ahorita la vi, para analizarla, así está bien, pero no me cuadra. No me identifico con esa vida. Cada cabeza es un mundo, ese no es el mío. Yo salgo con mis amigos y mis amigas, pero nomás, si salgo de vacaciones yo voy con mi familia y mi novia. Pero no me drogo, ni tomo, por eso, como que yo no hago muchas de las cosas que ellos hacen".*

GC/H3(20/B):"*Pues es que nosotros así somos. Yo creo que hasta peor que en la película, es más en mi barrio, hablan con el puro gúey, gúey, y somos más desmadrosos".*

GC/H5(18/B): "*Yo lo que les comentaba al principio era, que yo me juntaba con mis amigos, así a cada rato nos íbamos de campamento, y nos íbamos de tres, o nos íbamos al mar , y así no íbamos con la chavas y....todo ,marihuana, caguamas, pos es la edad".*

GC/M2(17/M): "*Sí, y aparte es la edad de los hombres, o sea, a lo mejor si hubieran sido dos mujeres, así super amigas, hubiera sido un concepto totalmente diferente.¿No? Yo creo que por eso entendemos un poquito más las cosas que hacen. Hay cosas con las que sí te identificas, pero pos no las has hecho."*

A decir de uno de los especialistas en estudio de audiencias, Javier Callejo: "*las audiencias construyen o reconstruyen los mensajes de los medios a su manera, en función de dimensiones como sus intereses, su estructura cognitiva, su cultura, su pasado o su posición en la estructura social"* (2001:82). En este sentido los miembros de la audiencia se convierten en intérpretes de significados, sujetos - videntes que descifran un grupo de imágenes y de sonidos, y que recuperan el sentido de la representación, a partir de sus convenciones culturales y criterios personales dominados por una moral impuesta. Pero también, criterios que forman parte de una pertenencia cultural en la identidad de las personas. A decir de Will Kymlicka: *La pertenencia tiene un alto "perfil social", puesto que afecta a la forma en la que los demás nos perciben y nos responden, lo que a su vez modela nuestra identidad* (1996:196).

7.5.- POSICIONES IDENTITARIAS

Analizar en el contexto de los grupos de discusión, las posiciones identitarias que surgen a partir de la lectura de una propuesta de sentido, implica entenderlas como formas de adscripciones de identidad vinculadas directamente con maneras de ver y entender el mundo, y que sustentan observables dignas de analizar para redimensionar la función social que tienen las interpretaciones de los sujetos. Y en otro sentido, más cultural, y relativas al perfil predominante de los segmentos de audiencia estudiadas, estas posiciones reflejan una cultura juvenil que se está originando al interior de una colectividad, en este caso la ciudad de Guadalajara. Entendiendo "culturas juveniles" en el sentido en que lo explica Carlos Feixa (1998): *prácticas que no son homogéneas ni estáticas, cuyas fronteras son laxas, y que se constituyen con materiales provenientes de las identidades generacionales, de género, clase, etnia y territorio*. Por ello, las expresiones que se dieron en los grupos de discusión, sobre las adscripciones identitarias, y provenientes de diferentes sectores de la juventud en Guadalajara, hay que interpretarlas como un conjunto de atributos ideológicos y simbólicos asignados y/o apropiados por los jóvenes, y que actualmente se están traduciendo en estilos mucho más visibles y más heterogéneos.[129]

Cabe señalar también, que este tema de las prácticas culturales como reflejo de una identidad colectiva heterogénea, ligada a los sectores de la juventud en Guadalajara, no solamente se expresó en los grupos "B" y "C" donde predominaban los jóvenes, sino también en el grupo "A", la diferencia fue que en este grupo se abordó con menos prejuicio y desde una perspectiva externa.

---

[129]. – Un dato importante a considerar, es que México es un país de jóvenes. De una población cercana a los 100 millones de personas, casi dos terceras partes son menores de 30 años, y cerca del 35% se encuentran entre los 12 y 29 años de edad. Dichos datos provienen de la reciente edición: *Jóvenes mexicanos del Siglo XXI, Encuesta Nacional de Juventud 2000.*

Cito a continuación fragmentos de turnos significativos:

GA/M2(42/MB) "*Ahorita hay una moda quizá tú te la sepas, mi sobrino me pasó un tip. Se llaman "gallineros". ¿Te acuerdas de lo que eran las "danceterías"? Son lugares raves. ¿Se acuerdan que eran las danceterías?. Eran fiestas raves clandestinas. Entonces se llamaban danceterías. Nadie sabía, porque era ilegal. Eran en casonas viejas, en fábricas de por aquí, cines abandonados. Y los chavos se metían hasta lo que no. No había límite de edad, ni de nada. Esas eran la fiestas raves. Ahora se llaman "gallinero*s".[130]

Otro retrato hablado sobre la cultura juvenil, y que de manera más directa refleja porque hay actos y conductas de transferencia identitaria es el siguiente turno:

GA/M2(42/MB): "*Las tonchas que se drogan con tonsol, tu las ves, y ellas no tienen otro lenguaje. Ellas no te pueden hablar tres palabras sin un guey, ni siquiera es el mismo caló, no. No es el mismo, para nada es el mismo. En cambio ellas no tienen que decir ¡fumo mota¡. Así hablan, no tienen otra opción. Y en éstas como dicen se nota que es la moda, es fingido. Ahí en la Facultad hay muchas. Las chavitas del Instituto de Ciencias así hablan. Hay una fiesta de tachas, ¡qué onda! pues caile. Y no sé qué. Entonces las de güey, y ando bien eriza. O la chava que me corta el pelo, haz de cuenta la chava fresa que se quiere hacer la guarra, que es la moda. Y entonces "¿qué onda güey?" "¿cómo estás güey?", pero con el tono así de fresa".*

---

[130]. – El término rave que se usa para definir las fiesta de música electrónica es erróneo , debido a que rave identifica reuniones privadas que se realizaban de manera clandestina a finales de los noventa en México, sin seguridad y abiertas a todo el público. Las fiestas raves en Guadalajara son fiestas electrónicas masivas, y por lo general se realizan en casas de campo o predios fuera de la ciudad. Una fiesta de estas puede albergar desde 200 hasta 2,500 personas. Duran de seis a doce horas (Lara, César, Meza Alejandro,"Una rave termina con 25 detenidos", en *Milenio*, 6 de mayo del 2002, Guadalajara, Jal.).

El 12 de mayo del 2002 se llevó a cabo una represión policíaca en contra de aproximadamente 1,500 jóvenes tapatíos en un concierto de música electrónica en Tlajomulco de Zúñiga A lo largo de la semana siguiente a los acontecimientos en casi todos los diarios de la localidad se publicaron artículos y denuncias vinculadas a estos hechos, mismas a las que el Gobernador de Jalisco respondió: "no vamos a permitir que se estén dando este tipo de reuniones de francachelas o de verdaderas orgías"(Francisco González, et.al, *Mural,*7 de mayo del 2002, Guadalajara, Jal.)

GA/M3(29/MB): **"***Yo pienso que el querer usar ese recurso de bajarse hacia el vocabulario, la ropa y todo eso, es como en dos sentidos. Uno es, lo he visto mucho, impactar a los de su propia clase. Como ¡mira soy bien* open*! Mírame mi amigo. A mí me ha tocado con el voluntariado del ser humano para los enfermos del VIH. Gentes del ITESO que van a hacer un video, según ellos muy open y todo y está uno de los pacientes que hace muchos collares y cosas así. No, ¡está padrísimo! Pero son bien fresas".*

En este mismo tenor, algunos de los participantes del grupo "B" manifestaron lo siguiente:

GB/M2(20/MB) "*A mi no me gustó la película porque la primera vez que la vi no me aportó nada. Me dejó cosas en la cabeza, y ahora que la volví a ver. Pues, no me gustó porque es una burla a nuestra sociedad, todo lo malo, lo más negativo que pudieron encontrar. Y sales bien feliz ¡ay que chida película! ¡Qué buen cotorreo! Pero no es precisamente lo que somos en sí, es una parte significativa, pero no es para que nos enorgullezcamos".*

GB/H1(22/M) "Pero fíjate que una vez Trino hizo un cartón de los guaragucci que eran chavos fresas que se vestían así, con rastas ¡buena onda cabrón!. Pero traían sus guaraches de la marca Gucci, por eso son guaraguccis. Y así son, y traen su coche del año y sus guaraches, y sus pantalones todos flojos, y fuman marihuana y son bien alivianados. Y sus papás son tranzas, trácalas. Sí refleja una realidad".

Estas opiniones, derivadas de percepciones individuales y colectivas, nos hacen nuevamente un retrato de las identidades colectivas que conforman una sociedad, en este caso la de la juventud en Guadalajara, y nos revelan un fenómeno social que se viene dando en los ámbitos culturales, y que están mediados, no solamente, por los medios massmediáticos, sino también por factores de orden social y antropológico. Es decir, que si

existe esta transferencia de identidades en los grupos mayoritariamente juveniles, es porque tal vez ha habido una pérdida de arraigo de las prácticas culturales propias de su identidad. Y muy probablemente, debido a lo que García Canclini se refiere con respecto a los repertorios locales o nacionales, y es que: *Ha habido una radical reorganización de las formas de producción y circulación de los bienes simbólicos generada por cambios tecnológicos, y por la fluidez de las comunicaciones* (1992:129).

7.6.- LOS DISCURSOS DE LA LOCALIDAD

En correspondencia con las preguntas que en principio buscaban una respuesta y/o un acercamiento al proceso de identificación - negociación de sentido que los segmentos de audiencias tuvieron para con una propuesta de sentido, en este caso, la película *¡Y tú mamá también!,* puedo derivar los siguientes indicadores de análisis.

Si consideramos que el grupo "A" interpretó el sentido realista de la película (uso de un lenguaje coloquial, retrato de un grupo social de jóvenes y el peso que tuvieron los actores seleccionados) y percibió el relato como una ficción, esto les permitió apreciar el sentido dramático del relato. Es decir, que este grupo distinguió cómo la estructura narrativa fue construida para dar cuenta de una realidad social visible, a partir de un lenguaje visual contrastante, en el que jugaron un lugar especial el erotismo y el realismo. Los miembros de este grupo también vieron el lado humorístico que tiene la película, no detuvieron su atención en las escenas relacionadas con el sexo, como enlaces de una relación homosexual entre los dos jóvenes, sino como conductas propias de los jóvenes.

El grupo "B" por su parte, recuperó dos partes del relato, aquellas escenas ligadas con la sexualidad de los jóvenes, y la función que tuvo el narrador en el relato fílmico. Se censuró de manera tajante el sentido de la escena del beso. La construcción de sentido se

elaboró desde concepciones muy convencionales dominadas en más de un sentido por una moral pública aplastante.

El grupo "C" leyó la parte del relato que tenía que ver con la relación entre los hombres, y la escena del beso de manera muy personal, afectiva y abierta. Para algunos incluso los motivó a exponer situaciones afectivas de su masculinidad que, culturalmente hablando, no son bien vistas.

Ciertamente detrás de estas construcciones de sentido hay motivaciones y convenciones culturales que los segmentos de audiencia recrean frente a una propuesta fílmica. Ahora bien, el hecho de que esta película haya tenido alcances de distribución y exhibición insólitos, nos está hablando de otras situaciones. Por un lado, que los usos que los sujetos sociales están dando a un referente mediático no son estrictamente de gratificación o entretenimiento, y que entonces algunos segmentos de audiencia, vía sus prácticas e historias, dan sentido reflexivo a este reencuentro personal. O bien, que en el caso de los grupos que pusieron resistencia, se está reflejando una posición crítica frente a un modelo demasiado liberal para sus cánones que les han sido impuestos.

Pero también, y como resultado de los diferentes maneras de ver el relato fílmico y la construcción de sentido del mismo, se puede distinguir que las propuestas del Nuevo Cine Mexicano, en competencia y/o en conexión con el resto de la oferta massmediática, están generando comunidades culturales que no están presentes en las intenciones de productores y directores para lanzar nuevos productos culturales. Y esto está ocurriendo en los segmentos de las audiencias más activas como son los jóvenes. En los testimonios que se desprenden de algunas de las entrevistas se había reflejado este sentir por parte de los sujetos entre 18 y 20 años. Y de alguna manera, pienso que estas comunidades colectivas también están imponiendo sus propios códigos. No es casual, que una vez que las película

de *Amores perros* e ¡*Y tú mamá también*! alcanzaron los raitings tan altos de taquilla nacional, les siguiera toda una secuela de películas con temas y narrativas afines y hechas para públicos jóvenes, que por otro lado son los que más consumen cine.

La categoría de juvenil como tal, está asociada al tiempo libre como premisa de la vida moderna, y a su vez el tiempo libre con el entretenimiento y un conjunto de actividades, que van desde jugar futbol, ir a la discoteca, oír música en casa, hasta asistir a una fiesta rave. Pero también estos jóvenes significan nuevos sujetos sociales que están reconformando el paisaje social y cultural de una entidad.

De tal suerte, y como lo señala Martín Barbero, el ser joven actualmente: *Significa la matriz de un nuevo actor social, de un nuevo valor que se confronta con aquello que justamente representa ser viejo. De ahí que el movimiento en lo social y lo cultural haya convertido a los jóvenes en paradigma de lo moderno, incorporándolo como un actor clave del consumo de ropa, de música y de parafernalia tecnológica.....[....]"* (Barbero:2000:243).

Ahora bien, en estos grupos de discusión también participaron otros sujetos con otros rangos de edad, y justamente por este valor heterogéneo de los segmentos de audiencias es que hubo una divergencia interesante en sus formas de leer y resignificar el relato fílmico.

Como resultado de este análisis en un contexto y tema específico, y a su vez ligado al marco del universo completo de mi estudio, he podido constatar que la construcción de sentido entre una película y sus audiencias, se establece en un marco de redes de significado que comprenden diversos ámbitos de interacción, y donde se incorporan diferentes significados, y que no obstante las diferencias de escolaridad y grupo social, se posibilita la construcción colectiva del sentido de la acción en este proceso.

Esta construcción colectiva se ha venido fundamentando con ejemplos de los diferentes niveles de lectura/videncia que se dieron sobre las dos películas analizadas, a su vez se mostraron las "identidades culturales transclasistas" (Valenzuela Arce: 1999: 198) de los jóvenes en Guadalajara. Es decir aquellas identidades colectivas que toman en préstamo lenguajes, vestuarios, símbolos y objetos de otros grupos para sentirse diferentes a los de su grupo. Diferencias, que son más de forma que de contenido. Este fenómeno se dio a lo largo de las tres etapas de trabajo de campo de este estudio, y de manera sustancial se derivó en la producción discursiva, tanto a nivel individual (encuestas orales y entrevistas a profundidad) como colectiva (grupos de discusión).

Por ello, las expresiones vinculadas a las adscripciones identitarias, y provenientes de diferentes sectores de la juventud en Guadalajara, hay que entenderlas como un conjunto de atributos ideológicos y simbólicos asignados y/o apropiados por los jóvenes, y que actualmente se están traduciendo en estilos mucho más visibles y más heterogéneos.

Las redes de adscripción socio cultural que se manifiestan a través de la producción discursiva de estos jóvenes, se convierten no solamente en comunidades colectivas que están modificando las maneras de ver y asumir un referente mediático, sino que también se convierten en comunidades hermeneúticas donde la mediación se vincula con la experiencia de vida de los sectores sociales a los que pertenecen, y con los cuales establecen redes de significado. Ello puede ser también la causa de que la producción sea más homogénea con respecto a ciertos temas, valores, definición de gustos y preferencias. Por lo tanto, resulta casi imposible que esta diversidad de culturas juveniles se sustraigan a las imágenes seductoras del consumo. A decir de Rossana Reguillo *para los jóvenes la aceptación de sus iguales es un elemento constitutivo de su identidad* (1991:45).

CONCLUSIONES

Culminada esta investigación me gustaría remarcar en primer lugar las principales aportaciones que se pueden deslindar de la misma. En segundo lugar plantear preguntas que abre este estudio y que sustentarían nuevas líneas e hipótesis de investigación.

El haber hecho una tesis doctoral en Ciencias Sociales con un enfoque interdisciplinario para abordar los estudios de recepción de cine y su audiencia, me permitió dar cuenta de las siguientes cuestiones: la factibilidad y pertinencia que tienen los estudios empíricos de recepción de cine para construir su audiencia y concebirla como sujetos productores de sentido y explorar su intervención en la reformulación de nuesvas propuestas de sentido; la inaplazable necesidad de ubicar los estudios de recepción del cine en un contexto regional massmediático y homogeneizado que analice tendencias que permitan fundamentar la existencia de una producción de sentido individual; la relevancia que tienen los nuevos modelos de consumo, hábitos de cinevidencia y las nuevas gramáticas audioviosuales en el proceso de recepción - negociación de sentido; la repercusión de orden colectivo y social que tienen los modelos de sociedad que el cine mexicano contemporáneo está ofreciendo a su audiencia; y la confirmación de que la produccion de sentido ligada a una experiencia filmica, se construye a partir de por lo menos tres fuentes: las referencias familiares, las prácticas de una época, y las convenciones culturales y sociales vigentes.

Por tanto, en el campo de los estudios de recepción que presuponen a su audiencia como sujetos activos y productores de sentido, y que persiguen reconocer cuál es la fase principal en la que se da su interacción, el trabajo empírico es necesario y exige a la vez la selección de un referente mediático, en este caso una película, que haya revertido una

polémica, ya sea a favor o en contra de sus propuestas, y que haya marcado un precedente, tanto en el ámbito social y cultural, como en el fílmico. Ya que ello permite abrir un camino viable de investigación a través del cual se pueda determinar cómo las imágenes fílmicas articulan significados y deseos en su audiencia, y cómo estas las están percibiendo; ya sea estableciendo una identificación, un rechazo, o bien, poder constatar a través de que posiciones identitarias la audiencia les atribuye un sentido determinado. Por ello, los testimonios de los miembros de la audiencia con la que se trabajó dieron pie a una base de datos, que no a una etnografía, pero fueron de suma importancia para construir un material de interpretación.

La apuesta de analizar la producción de sentido individual que se da en el marco de un proceso de recepción – interacción, vinculado a un contexto massmediático y homogeneizado fue un reto complicado, tratándose sobre todo de la producción discursiva que derivó de la cinevidencia con dos relatos fílmicos que impusieron nuevos esquemas de construcción, distribución y exhibición. Este reto conllevó analizar dichas propuestas fílmicas en su justa dimensión histórico – cultural, lo cual permitió reconocer la periodicidad que éstas tienen como nuevas gramáticas audiovisuales y la resignificación que de éstas se están haciendo. Y por ende, estudiar al cine como una tecnología más dentro del conjunto de las otras tecnologías de comunicación (prensa, televisión, telecable, video clubs), ya que éstas son a su vez reproductoras de relatos y representaciones que forman parte del capital cultural que cada sujeto social ha venido acumulando en su devenir.

Así mismo, este corte espacial permitió demostrar la importancia que tienen los nuevos hábitos de consumo del cine, como parte de un paquete completo de mercadotecnia, lo cual signfica que actualemente se va a una sala de cine, no solamente a ver la película deseada, seleccionada, recomendada, sino también de compras, a ver a los amigos, a salir

con la pareja en los centros de reunión que aglutinan actualmente a los habitantes de las grandes ciudades.

El camino para poder reconocer si los modelos de sociedad que el cine mexicano está representando a través de sus relatos, han tenido una repercusión de orden colectivo y social, fue posible trazarlo gracias a la interacción que se hizo del material empírico con las unidades temáticas y posiciones identitarias que se dieron por parte de los integrantes de los grupos de discusión

Metodológicamente hablando, me enfrenté a circunstancias nuevas y complejas que exigieron el replanteamiento de mi objeto y sujeto de estudio. Por ello, decidí estudiar a la muestra de sujetos participantes mediante un modelo estratégico múltiple que me permitió, construir a los sujetos – participantes en una audiencia, y poder entonces desprender sus diversas fragmentaciones y sus posibles recomposiciones. Es decir, explicar quiénes son los sujetos que conforman la audiencia que en Guadalajara está viendo cine mexicano, cómo lo están percibiendo, interpretando o rechazando, e identificar cómo esta audiencia está reconstruyendo los contenidos, temáticas y fórmulas genéricas de los referentes fílmicos.

Fue muy interesante poder corroborar que en el marco de un contexto fílmico nacional, donde el factor de la internacionalización está reactivando el aparato de producción y exhibición, también se está recuperando una audiencia mayoritaria de jóvenes. Y que no obstante ello, existen resistencias por parte de los miembros de la audiencia en Guadalajara, debido a que los modelos de sociedad que los relatos fílmicos contemporáneos están llevando a la pantalla grande, presentan esquemas, o demasiado maniqueistas, o fuera de los contextos reales que vive la juventud mexicana. Y que en el mejor de los casos, solamente están modificando los escenarios y los valores morales de

antaño. Esto no es otra cosa, sino corroborar que este sector está construyendo nuevas "comunidades de sentido" (Reguillo: 2000:70).

Lo cual testifica también que el cine como industria cultural y como forma discursiva facilita la identificación de su audiencia, pero también establece límites en su interpretación, y a su vez determina premisas y modos de cinevidencia.

Esta aproximación de estudio, si bien me permitió examinar las prácticas culturales y sociales de distintos sujetos en contextos culturales diversificados y globalizados, también hizo más complejo el reconocimiento de los observables que dinamizan la acción de los sujetos y su relación con un determinado referente mediático.

Con respecto a los limites y posibilidades del modelo de análisis que utilicé, y el uso de varias técnicas (encuestas orales, entrevistas a profundidad y grupos de discusión), puedo decir que estos me brindaron más posibilidades que limitaciones. Por un lado, fue acertado derivar la base de datos de la audiencia en perfiles y recomposiciones (información recabada de las encuestas orales y escritas), y luego convertirla en conceptos e indicadores de análisis de interpretación, para luego analizarla conjuntamente a los relatos, historias y líneas temáticas de las entrevistas. Este proceso finalizó en una producción discursiva que me permitió reconocer ámbitos de interacción donde se fueron incorporando diferentes significados y posicionamientos identitarios por parte de los sujetos.

El modelo de los tres niveles de análisis que manejé (proceso de recepción – interacción, usos sociales y gratificaciones y proceso de identificación, negociación y resistencia) funcionó para entender la dimensión social que tiene el cine; su capacidad de operar como dispositivo de representación social y su gran potencial para construir identidades colectivas e individuales.

Para analizar por qué las películas *Amores Perros* e *¡Y tú mamá también!* fueron vistas e interpretadas desde visiones diferentes, según el contexto social e identitario desde el cual estaban ubicados los miembros de la audiencia, fue preciso trabajar con referentes y observables, tales como: las prácticas culturales y sociales, el contexto histórico de exhibición de las películas analizadas, a fin de inscribir cada situación de recepción en relación a audiencias y contextos específicos.

Las composiciones de las tipologías estuvieron determinadas sobre todo por las siguientes categorías referenciales: edad, nivel de escolaridad y pertenencia a un determinado estrato social. Igualmente se derivaron de aquí preferencias cinematográficas concretas, por ejemplo: los adultos de 30 a 45 años con nivel de escolaridad hasta secundaria, de estrato social bajo, prefieren rentar películas en video, les parece muy costoso ir al cine y sus películas favoritas son las *hollywoodenses*, especialmente aquellas de acción y violencia, o bien las mexicanas de los años cuarenta y cincuenta; los jóvenes de 18 a 22 años con escolaridad hasta preparatoria, de estratos medio bajo y medio, con un rango mayor de información y cultura prefieren ver cine en las salas de cine, rechazan el cine *hollywoodense,* y el cine mexicano actual les parece muy comercial y anquilosado en temas y fórmulas genéricas; por su parte los jóvenes de 24 a 30 años, con nivel de escolaridad hasta licenciatura, y de estratos medio y medio alto, no les gusta el cine *hollywoodense*, encuentran que el cine mexicano contemporáneo está haciendo buenas propuestas en materia artística, es decir en narrativa y estilística, pero no en los temas ni en los modelos que se manejan para exponer sus relatos.

Estas recomposiciones de la audiencia me permitieron identificar y explicar la significación de una producción de sentido en el marco del cine mexicano contemporáneo y su impacto en las audiencias tapatías, a la vez que comprobar que en el proceso de

recepción - interacción se dan resistencias y negociaciones de sentido para interpretar las propuestas fílmicas, y ello redimensiona estas prácticas, global y localmente.

Desde una perspectiva global, porque el encuentro referente - sujeto se circunscribe a una endeble industria fílmica nacional que se encuentra en una de sus más severas etapas. Esta se inscribe en una economía neoliberal, subdesarrollada y mercantilista regida por las políticas de Estados Unidos, y un convenio de TLC que ha propiciado una exhibición y distribución dominada por materiales fílmicos *hollywoodendes.* Esto culmina en que la producción, la distribución, la exhibición, y por tanto, la recepción del cine mexicano se encuentra en una condición desfavorable. Lo cual repercute en que las ofertas cinematográficas a las que tienen acceso la audiencia, estén limitadas y tengan una sola tendencia, aquella que surge de los modelos del cine *hollywoodense*.

Redimensionar esta situación a un nivel local, implica preguntarse ¿De qué manera las audiencias pueden o han estado contribuyendo a impulsar esta economía? o en su defecto ¿Por qué no lo estarían haciendo?

Pienso que la audiencia sí ha venido a impulsar la endeble industria fílmica nacional desde principios de la década de los noventa, gracias a las nuevas propuestas fílmicas que sentaron un precedente, tales como: *Danzón, Como agua para chocolate, Sólo con tu pareja, Sexo pudor y lágrimas* y *La ley de Herodes*, y pusieron su atención nuevamente en el cine nacional. Ello sin duda alguna, modificó los modelos y las propuestas temáticas, narrativas y estéticas de las producciones subsiguientes, así como el comportamiento del cine mexicano en las carteleras. De tal suerte que, las más recientes producciones están hechas y van dirigidas a estratos muy concretos, entre los más determinantes, están las audiencias jóvenes.

Corroboré, que no obstante el predominio que se ha ganado el cine mexicano actual entre la audiencia, existe también descontento por parte de los jóvenes, y ello se debe a esta mezcla de nuevas gramáticas y temáticas ligadas con modelos comerciales que se han venido implementando por las nuevas generaciones de cineastas mexicanos. Los relatos de corte realista con toques de ironía; los híbridos de lenguajes audiovisuales, las rupturas espacio –temporales de los elementos audiovisuales (el lenguaje del video clip), puestos al servicio de una nueva construcción narrativa fílmica y la presencia de rostros nuevos y actores jóvenes, sin duda, han renovado el ropaje del cine nacional. Sin embargo, ciertas fórmulas como las comedias urbanas ligeras y los melodramas sociales, están anquilosando los guiones y los relatos fílmicos, y esto puede ser una de las causas de estas inconformidades.

Así mismo, fueron los jóvenes quienes destacaron las transgresiones que, al menos en el terreno temático se han venido haciendo, tales como reconocer que: el sexo había sido siempre un tema tabú en el cine nacional y que ahora las nuevas películas lo estaban llevando a la pantalla con un tratamiento más honesto; es decir sin dolo ni moralejas.

A nivel de la industria fílmica, el manejo de estas fórmulas genéricas ha hecho que los exhibidores y distribuidores de cine hayan recuperado la confianza en la cinematografía nacional, y entonces se tenga una presencia mayor de ésta en las pantallas grandes. E incluso, públicamente se haya confirmado un auténtico resurgimiento del cine mexicano, con casos inéditos como las propuestas fílmicas con las que trabajé debido al éxito de distribución, exhibición y recepción local, nacional e internacional que ambas alcanzaron.

Más sin embargo, persiste una situación desigual, mientras las políticas culturales nacionales no modifiquen sus marcos legales, ya que estos son el obstáculo mayor del fortalecimiento y desarrollo de la ya casi nula industria fílmica nacional.

En este contexto, el cine como industria y como espectáculo está vinculado a un bien cultural cuya función de mercancía está permeada por las formas globalizadas del ocio, y por ende, éste tiende a adoptar cierto grado de estandarización del relato fílmico a través de fórmulas genéricas. Ello hubiera significado que las películas *Amores perros* e *¡Y tú mamá también!* se convertirían en portadoras de patrones estéticos y argumentativos que definirían formas de ver y sentir el mundo en escenarios delimitados y homogenizados.

Paradójicamente no fue el caso que se dio en el marco de la producción discursiva que surgió por parte de la audiencia. Si bien, dichas propuestas de sentido marcaron un precedente en el imaginario colectivo de quienes las vieron, y a la fecha serán referentes fílmicos obligados para entender los vínculos del cine y la sociedad, éstas no fueron motivo de standarización de formas de ver y entender el mundo.

Es decir, que frente a un relato fílmico (*¡Y tú mamá también!*) de corte realista con personajes identificables con una audiencia precisa – jóvenes de los estratos medio alto y bajo - , se volcó una producción discursiva de descontento y resistencia por parte de los sectores representados. El rostro de la juventud que presenta dicha película, ubica a los jóvenes en una sociedad moderna, liberal y en el marco de un proceso de alternancia y democracia, que deja fuera al resto de los otros sectores sociales.

Con ello se deduce que a través de las nuevas propuestas temáticas del cine mexicano actual, las audiencias no están reconociendo estos valores sociales, morales o culturales, como suyos, sino solamente la ineludible presencia de nuevas narrativas y estilísticas.

Los valores morales y sociales que ha venido manejando el cine mexicano contemporáneo responden a una construcción social y cultural, y que por tanto si se persigue explicar los nexos del relato fílmico actual y su impacto en las prácticas sociales

de quienes los consumen, ello implica estudiar este proceso a través de tres niveles de la realidad: el devenir cotidiano y social que conforma una sociedad; un modelo dominante de valores, ideas y modelos que construyen una identidad cultural, en este caso la tapatía, y las imágenes fílmicas predominantes.

Ahora bien, el hecho de que estas películas hayan tenido alcances de distribución y exhibición insólitos, nos están marcando otras situaciones. Por un lado, que los usos que los sujetos sociales están dando a un referente mediático no son estrictamente de gratificación o entretenimiento, sino también de negociación y resistencia y que entonces algunos miembros de la audiencia, vía sus prácticas e historias, dan sentido reflexivo a este reencuentro personal. O bien, que en el caso de los grupos que pusieron resistencia, se está reflejando una posición crítica frente a un modelo demasiado liberal (*¡Y tú mamá también!)* para sus cánones que les han sido impuestos. Es decir, que una película se convierte en un producto de mediación entre los acontecimientos de la realidad y los patrones y valores de una sociedad, ya que hace evidente diferentes posiciones y aun las confronta..

A través de estas lógicas de producción de sentido se desprenden nuevas vetas de análisis que pueden dar pie a una mejor comprensión de ¿Cómo y a través de que referentes, los jóvenes están haciendo sentido frente a estos nuevos escenarios massmediáticos? O bien ¿De qué manera, y a través de que medios construyen sus visiones del mundo?

Una posible ruta de investigación estaría ligada al ámbito de las industrias culturales, mismas que construyen y reconfiguran constantemente al sujeto juvenil. A decir de Rossana Reguillo: *El fortalecimiento de los ámbitos de las industrias culturales está en la construcción y reconfiguración constantes del sector juvenil. El vestuario, la música, el*

acceso a ciertos objetos emblemáticos, constituyen hoy una de las más importantes mediaciones para la construcción de identidades..." (2000:27)

También hay lógicas en la construcción de sentido que afirman que existen formas diferenciadas en las producciones discursivas juveniles, a partir de los sectores sociales de pertenencia y las redes y roles de adscripción. Debido a que a últimas fechas las culturas juveniles han hecho su entrada al universo de los estudios socio – culturales, su aproximación se ha problematizado de tal manera que se ha logrado repensar y estudiar a este grupo social a partir de un carácter dinámico y discontinuo.

Ahora bien, cuando llegó la hora de recapitular y cerrar interpretaciones, cuándo a lo mejor, algunas de mis inquietudes del principio se rebasaron por otras que surgieron en el proceso, o los lentes con los que me acerqué al tema y objeto de estudio cambiaron o maduraron, entonces se deslindaron otras preocupaciones. Es decir, aquellas que tenían que ver con las nuevas líneas de investigación o temas que surgieron en el camino, y que, en el marco del contexto de la discusión actual en los estudios de cine y la recepción, apenas se están trazando, y en todo caso, no son las prioridades todavía de una reconceptualización de orden teórico y/ o metodológico.

Una de estas posibles aristas de investigación que se quedaron en el camino, es un problema muy interesante que surgió cuándo estaba tratando de explicar por qué los sujetos se remitían a vincular sus recuerdos para con el cine, cualquiera que éstos fueran, vía relatos vinculados estrictamente con su familia, su infancia, su pasado, y como puente para explicarse su presente y el de la actual cinematografía nacional. Ello me condujo a buscar explicaciones de los vínculos entre la memoria cultural y la memoria del cine.

A través de esta aproximación al estudio de la memoria del cine pude corroborar la importancia que tiene el lugar histórico de la audiencia en la construcción de sus relatos fílmicos.

La manera en que la producción discursiva se construyó fue muy interesante, y difirió no necesariamente por la edad o las generaciones, sino más bien por cuestiones sociales – educativas, lo cual me permitió detectar la capacidad argumentativa, las posiciones identitarias e ideológicas, así como priorizar los discursos locales individuales para interpretar una propuesta de sentido.

Fue también sumamente enriquecedor y relevante encontrar, que no obstante las diferencias sociales, generacionales y de educación, aquellas imágenes que fueron concebidas para ilustrar y representar un sentir individual y colectivo social, se revierten en fuertes cargas emocionales que van más allá de un espacio y un tiempo, y entonces se convierten en el reflejo de un estado de ánimo que deviene de toda una carga cultural e individual. Lo cual significa que ya no podemos discutir la memoria personal, generacional o pública sin contemplar la enorme influencia de los referentes mediáticos como vehículos de toda forma de memoria. En este sentido, y citando a Huyssen: *ya no es posible seguir pensando en determinado acontecimiento social, político, etc., sin incluir las múltiples formas en que se vincula en la actualidad con la mercantilización y la espectacularización a través de ficciones* (2000:25).

De tal suerte que, la memoria visual ya no es solamente una extensión de los recuerdos y la añoranza, sino una extensión de la memoria cultural, y que en el marco de mi investigación se deslindó como una categoría de análisis relevante para concebir los marcos teóricos desde dónde hay que trazar directrices de interpretación. No solamente para atestiguar que los recuerdos expresan la creciente necesidad de un anclaje espacial y

temporal en un mundo caracterizado por flujos de información cada vez más caudalosos en redes, y cada vez más densos en espacios y tiempos comprimidos, sino para agregar a los esquemas de análisis las prácticas de la memoria como un concepto fundamental, que al paso del tiempo se ha estado resignificando.

Abrir esta veta de análisis en el marco de los estudios de recepción ofrece también pautas para entender la manera en que la cultura del cine figura en la historia, la sociedad y en la experiencia, y con ello se puede problematizar el conocimiento acerca de las relaciones entre el cine y sus usuarios, entre pasado y presente, y sobre todo ofrece herramientas metodológicas de cómo trabajar la memoria del cine, tanto en sí misma, y como una expresión distintiva de la memoria cultural.

Finalmente quisiera expresar que haber hecho esta investigación me brindó la posibilidad de experimentar y trabajar con nuevos enfoques, metodologías, y trazar marcos teóricos en el campo de los estudios de recepción en el cine, y que uno de los mejores momentos fue haber trabajado con una audiencia activa, crítica, y pienso, representativa del devenir social actual de esta ciudad tan llena de matices. Mi pasión por el cine, y por qué no decirlo, por el cine nacional, me permitió reconocer y adentrarme en escenarios de estudio que no hubiera pensado serían tan paradójicos; como es el caso de la reactivación que el actual cine mexicano está haciendo de los modelos tradicionales que marcaron la internacionalización de nuestra cinematografía, y por otro lado, poder corroborar que la práctica cultural de ir al cine sigue siendo una actividad de recreación y el detonante de nuestras fantasías y maneras de reconstruir nuestra identidad.

BIBLIOGRAFÍA

ANTROPOLOGÍA CULTURAL

- AUGE, Marc (1993), *Los no lugares. Espacios del anonimato. Una antropología de la modernidad*, Ed. Gedisa, Barcelona, España.

- BORDIEU, Pierre;

  .....(1999), "Comprender" en, *La Miseria del Mundo*, Ed. Fondo de Cultura Económica, México.

  ..... (1998), *La distinción,* Ed. Taurus, Madrid, España.
  ..... (1990), *Sociología y cultura,* Ed. CONACULTA, México.

- CASTELLS, Manuel (1999), *La era de la información*, Tres Tomos*,* Ed. Siglo XXI, México.

- CASTRO, Ricardo (1996), "En búsqueda de los significados, supuestos alcances y limitaciones del análisis cualitativo", en Szasz, I. Y Lenrer, S. (compiladores), *Para comprender la subjetividad*, Ed. Colegio de México, México.

- COHN, Bernard S. (1987), *An anthropologist among the historians and other essays,* Ed. Oxfrord and New York Press, Oxford, Inglaterra.

- DENZIN, Norman (2000), "Un punto de vista interpretativo", en Denman, C. Y Haro, A. (compiladores), *Por los rincones. Antología de métodos cualitativos en la investigación social en México*, Ed. El Colegio de Sonora, México.

- DE la PEÑA, Guillermo (1999), *Las regiones y la globalización,* en Estudios del Hombre Núm 10, Ed. Universidad de Guadalajara.

- DE la PEZA, MARÍA DEL CARMEN (2000), *El bolero y la educación sentimental en México*, Ed. UAM (Xochimilco), México.

- GEERTZ, Clifford;
  ..... (1989) , "Estando allí" La antropología y la escena de la escritura, en *El antroplógo como autor*, Ed. Paidos, Buenos Aires, Argentina.
  ..... (1991), *La interpretación de las culturas*, Ed. Gedisa, México.

- GIDDENS, Anthony;

  ..... (1994), *Modernidad e identidad del yo. El yo y la sociedad en la época contemporánea*, Ed. Península/ Ideas, Madrid, España.

..... (1995), “Teoría de la estructura, investigación empírica y crítica social”, Capítulo 6 de *La Constitución de la Sociedad. Bases para la Teoría de la Estructuración* (1984), Ed. Amorrortu, Buenos Aires.

..... (2000), *Un mundo desbocado. Los efectos de la globallización en nuestras vidas*, Ed. Taurus, México.

- HONEY, Margaret, A. (1987), “The interview as text: Hermeneutics considered as a model for canalyzing the clinically informed research interview” en, *Human Development*, Vol. 30, USA.

- HUYSSEN, Andreas (2002), *En busca del futuro perdido. Cultura y memoria en tiempos de globalización*, Ed. FCE Argentina / Instituto Goethe, México.

- MELHUUS, Marit y Kristi Anne Stolen (1996), *Machos, Mistress and Madonnas;Contesting the Power of Latin American GenderImagery*, London – New York, Ed. Verso.

- PRATT, Mary Louise (1992), *Imperial eyes. Travel writing and transculturation*, Ed. Routledge, Londres, Inglaterra.

- REGUILLO, Rossana;
..... (1995), *En la calle otra vez. Las bandas: identidad urbana y usos de la comunicación*, Ed. ITESO, Guadalajara, México.
.
..... (1998), “El año dos mil, ética, política y estéticas: imaginarios, adscripciones y prácticas juveniles. Caso mexicano”, en, Cubides C., Humberto, et. al (editores), *Viviendo a toda. Jóvenes, territorios culturales y nuevas sensibilidades*, Ed. Fundación Universidad Central, Santa Fé de Bogota, Colombia.

..... ((2000), *Emergencias de culturas juveniles. Estrategias del desencanto*, Ed. Norma, Buenos Aires, Argentina.

- RICOEUR, Paul ;

..... (1991*) Tiempo y narrativa*, Tres tomos, Ed. Siglo XXI, México.

..... (2003) *La memoria, la historia, el olvido*, Ed. Trotta, Madrid,

España.

- SAFA, Barraza, Patricia (2001), *Vecinos y vecindarios en la ciudad de México.Un estudio sobre la construcción de las identidades vecinales en Coyoacán, D.F.,*Ed. CIESAS, México.

- SIGNORELLI, Amalia (1999), *Antropología Urbana,* Ed. Universidad Autónoma Metropolitana, México.

- TOURAINE, Alain *(1992*), *Crítica de la modernidad*, Ed. FCE, México.

- KYMLICKA, W. (1996), *La ciudadania multicultural*, Ed. Paidós, Barcelona, España.

CINE

- AYALA Blanco, Jorge (2001), *La fugacidad del cine mexicano*, Ed. Océano, México.

- AUMONT J. y M. Marie (1990), *Análisis del film*, Ed. Paidós, Barcelona, España.

- AUMONT, Jaques, et. al (1996), *Estética del cine. Espacio fílmico, narración, lenguaje,* Ed. Paidós, Barcelona, España.

- BAZIN, André;
……..... (1958 –1962), *Qu`est –ce que le cineme*, Ed. Cerf, París, Francia.

……. (1966) *¿Qué es el cine?,* Ed. Rialp, Madrid, España.

..... (1973) *Orson Welles*, Ed. Fernando Torres, Valencia, España

- BORDWELL, David, THOMPSON, Kristine y STAIGER, Janet (1985), *The Classical Hollywood Cinema. Film Style and Mode of Production to 1960*, Ed. Columbia University, Nueva York.

- BORDWELL, David;

  .....(1996), *La narración en el cine de ficción*, Ed. Paidós, Colección Comunicación –Cine, Madrid, España.

- ..... (1996), *Post Theory: Reconstructing Films Studies*, Ed. Wisconsin Press, USA.

- BURCH, Noél (1987), *El tragaluz del infinito*, Ed. Cátedra, Barcelona, España.

- BURTON, Julianne, et. al. (1998), *Horizontes del Segundo Siglo. Investigación y pedagogía del cine mexicano, latinoamericano y chicano*, Ed. Universidad de Guadalajara, México.

- CASETTI, Francesco (1995), *Teorias del cine, 1945 –1990,* Ed. Catedra, Madrid, España.

- EISENSTEIN, Serguei (1974), *El sentido del cine,* Ed. Siglo XXI, México.

- ELENA, Alberto, DIAZ López, Marina (1999), *Tierra en trance, "El cine latinoamericano en 100 películas*, Colección Cine y Comunicación, Ed. Alianza, Madrid, España.

- FERRO, Marc (1974) , "El cine, ¿Un contraanálisis de la sociedad?", en: Le Goff, Jacques y Pierre Nora (coord.), *Hacer la historia*, vol. III (Nuevos Temas), Ed. Laia, Barcelona., España.

- GARCÍA RIERA, Emilio (1992), *Historia Documental del Cine Mexicano,* Tomo. 6, Ed. Universidad de Guadalajara, México.

- GLEDHILL, Christine (1991), *Stardom: Industry of Desire*, Ed. Routledge, Londres, Inglaterra.

- GUBERN, Román (1988), *Historia del Cine* (tres tomos), Ed. Piados, Barcelona , España.

- HAYWARD, Susan (1996), *Key concepts in cinema studies*, Ed. Routledge, Londres, Inglaterra.

- JULIAN, Paul (2003), *Amores perros*, Ed. British Film Institute, Londres, Inglaterra.

- KRACAUER, Siegfried;

……. (1947), *From Caligari to Hitler. A Psychological History of the German Film,* Ed. Princenton University, Nueva York, USA.

..... *(*1985) *De Caligari a Hitler. Una historia psicológica del cine alemán*, Ed. Piadós, Barcelona, España.

..... (1989) *Teoría del cine. La redención de la realidad física*, Ed. Piadós, Barcelona, España.

- LAURETIS DE , Teresa (1984*), Alicia ya no. Feminismo,semiótica y cine*, Ed. Cátedra, Madrid, España.

- LAGNY, Michéle (1992), *Cine e Historia. Problemas y Métodos en la Investigación Cinematográfica*, Ed. Bosch, Barcelona, España.

- LOPEZ, Ana (1993), "Tears and desire: women and melodrama in the old mexican cinema", en King, John (et.al.), *Mediating two worlds: Cinematic Encounters in the Americas,* Ed. British Film Institute, Londres, Inglaterra

- MIQUEL, Ángel;

..... (1992), *Los Exaltados. Antología sobre cine en periódicos y revistas de la ciudad de México (1896 –1929)*, Ed. Universidad de Guadalajara, Guadalajara, México

..... (1995), *Por las pantallas de la ciudad de México. Periodistas del cine mudo*, Ed. Universidad de Guadalajara, Guadalajara, México.

- MITRY, Jean;

..... (1967), *Histoire du Cinema*, Editions Universitaires, París.

..... (1963 y 1965), *Esthétique et Psychologie du cinema*. 1.- *Les estructures, 2.- Les formes*, Editions Univeristaries, Parìs.

- MONSIVÀIS, Carlos, BONFIL, Carlos (1994), *A través del espejo. El cine mexicano y su público*. Ed. El Milagro, México

- PALACIO, Manuel (1995), "La noción de espectador en el cine contemporáneo" en, *Historia General del cine*, Vol. XII, Ed. Cátedra, Madrid, España.

- RAMÍREZ BERG, Charles (1992), *Cinema of Solitude: A critical study of mexican Film, 1967 –1983*, Ed. University of Texas Press, USA.

- ROSADO, Alejandro (1991), *Cine y realidad social en México, Una lectura de la obra de Emilio Fernández,* Ed. Universidad de Guadalajara, Guadalajara, México.

- SADOUL, George (1972), *Historia del cine mundial. Desde los orígenes hasta nuestros días,* Ed. Siglo XXI, México.

- SORLIN, Pierre (1985), *Sociología del cine. La apertura para la historia del mañana*, Ed. Fondo de Cultura Económica, México.

- TORRES , Patricia;

..... (1992), *Crónicas tapatías del cine mexicano (1917-1940),* Ed. Universidad de Guadalajara, Guadalajara, México.

..... (2001), *Cine y género. La representación social de lo femenino y masculino en el cine mexicano y venezolano,* Ed. Universidad de Guadalajara, Guadalajara, México.

..... (2004), *Mujeres y cine en América Latina*, Ed. Universidad de Guadalajara, Guadalajara, México.

- TUÑON, Julia (1998), *Mujeres de luz y sombra. La construcción de una imagen. 1939-1952,* Ed. IMCINE – Colegio de México, México.

- VILCHES, Lorenzo (2000), *Lectura de la imagen*, *Prensa, cine y televisión*, Ed. Piados, Barcelona, España.

- WILLIAMS, Linda (1994), *Viewing Positions: Ways of Seeing Films*, Rutgers University Press, New Jersey, USA.

- ZUKOR, Adolph (1995), *El público nunca se equivoca,* Ed. la Isla, La Habana, Cuba.

RECEPCIÓN Y AUDIENCIAS EN EL CINE Y LA TELEVISIÒN

- AUSTIN, Bruce A. (1989), *Inmediate Seating: A look at Movie Audiences,* Ed. Belmont California: Wadsworth, USA.

- BLUMER, Herbert (1933), *Movies and Conduct*, Ed. Macmillan, New York.

- BOBO, J. (1988), "The Color Purple; Black women as cultural readers", en, E. Pribram, ed, *Female Spectators,* Ed. Verso, Londres, Inglaterra.

- CALLEJO, Javier (2001), *Investigar las audiencias. Un análisis cualitativo*, Ed. PAIDOS, Papeles de Comunicación Núm. 34, Barcelona, España.

- CRAWFORD Peter , I., Baldur, Sigurjon (2000), *The construction of the viewer. Media Etnography and the Antropologhy of Audiences*, Ed. Intervention Press, Brooklyn, USA.

- CHURCH , Pamela, HILL, John (editors) (1998), *The Oxford Guide to Film Studies,* Ed. Oxford University Press, Inglaterra.

- GILLESPIE, Marie (1995), *Television, Ethnicity and Cultural Change*, Ed. Routledge, Londres, Inglaterra.

- GRIPSRUD, Jostein (1998), "Film Audiences", en Hill, John, Church Gibson, Pamela (editors), *The Oxford Guide to Film Studies,* Ed. Oxford University Press John, Church Gibson, Inglaterra.

- GUY, Jean – Michel (200), *La Culture Cinématographique des Francais*, Ed. Ministière de la Cultire et de la Communication, París, Francia.

- HANSEN, Miriam (1991), *Babel and Babylon: Spectatorship in American Silent Film*, Ed. Harvard University Press, Cambrige, USA.

- IEN, Ang (1991), *Desperately seeking the audience*, Ed, Roultledge, Londres, Inglaterra.

- JENKINS, Henry (2000), *"Reception theory and audience research; the mystery of the vampire`s kiss"*, en Gledhill, Chiristine, Williams, Linda, *Reinventing film studies*, Ed. London Arnol, Londres Inglaterra.

- JOWETT, Garth (1976), *Film: The democratic Art, Ed.* Little Brown, Bboston, USA.

- KHUN, Annette (2002), *Dreaming of Fred and Ginger. Cinema and Cultural Memory,* Ed. Routledge, Londres, Inglaterra.

- KING, Noel (1998), "Hermeneutics, reception aesthetics, and film interpretation", en Hill, John, Church Gibson, Pamela (editors), *The Oxford Guide to Film Studies,* Ed. Oxford University Press John, Church Gibson, Inglaterra.

- MAYER, J.P. ;

……. (1948), *British Cinema and their audiences: Sociological Studies*, Ed. Dennis Dobson, Londres, Inglaterra.

…… (1946), *Sociology of Film: Studies and Documents,* Ed. Faber and Faber, Londres Inglaterra.

- MAYNE, Judith (1993), *Cinema and Spectatorship*, Ed. Routledge, Londres, Inglaterra

- MORLEY, David (1996), *Televisión, audiencias y estudios culturales*, Ed. Amorrortu, Buenos Aires, Argentina.

- POSTMAN, Neil (1991), *Divertirse hasta morir*, Ed. Tempestad, Barcelona, España.

- RICHARDS, Jeffrey, (1989), *The age of the dream palace: Cinema and Society in Britain 1930-1939,* Ed. Routledge, Londres.

- RICHARDS, Jeffrey, Sheridan, Dorothy (edit.) (1987), *Mass Observations at the Movies*, Ed. Routldege, Londres, Inglaterra.

- STOKES, Melvyn, Maltby, Richard (edit.), 1999, I*dentifying Hollywood´s audiencias. Cultural identity and the movies,* Ed. British Film Institute, Inglaterra.

- STACEY, Jackie (1994), *Star Gazing*, Ed. Routledge, Londres, Inglaterra.

- STAIGER, Janet (2000), *Perverse Spectator; the practice of film reception.* Ed. University of New York, USA.

- TURNER, Graeme (1996), *Film as social practice,* Ed. Routledge, Londres, Inglaterra.

CULTURA Y COMUNICACIÓN

- BAJTÍN, Mijaíl M. (1999) *Estética de la creación verbal*. Siglo XXI. México.

- BALLE, Francis. (1991) *Comunicación y sociedad. Evolución y análisis comparativo de los medios,* Tercer Mundo Editores. Bogotá.

- BARTHES, Roland. (1991) *El imperio de los signos*. Mondadori. Madrid.

  .....(1971) *Elementos de semiología*. Comunicación. Madrid
  ..... (1982) *Análisis estructural del relato*. Premiá. México.

- CHARLES, Mercedes y OROZCO Guillermo (1990)*, Educación para la recepción. Hacia una lectura crítica de los medios,* Ed. Trillas, México.

- DE LA PEZA, Ma del Carmen (1993), "La lectura interminable", en la Revista *Versión* Núm. 3, abril 1993, Ed. UAM/Xochimilco, México.

- FEORÉS, Joao (2000), *Televisión subliminal. Socialización mediante la comunicación inadvertida*, Ed. Paidós, Madrid, España.

- FISKE, J. (1984), "British cultural studies and television", en R. Allen (Ed.*), Chanels of discourse*, Ed. Metheun, Londres, Inglaterra.

- FUENTES NAVARRO, Raúl;
  ..... (1996). ***La investigación de la comunicación en México. Sistematización documental 1986-1994,*** Ed. ITESO y Universidad de Guadalajara. Guadalajara, México.
  ..... (1991).,*La comunidad desapercibida. Investigación e investigadores de la comunicación en México,* Ed. ITESO y CONEICC, Guadalajara, México.

  ..... (1987), *La investigación de comunicación en México. Sistematización documental 1956-1986,* Ed. Edicom, México.

- FUENTES NAVARRO, Raúl y SÁNCHEZ, Enrique;
  ..... (1992), "Investigación sobre comunicación en México: los retos de la institucionalización", en Orozco, G. (coordinador), *La investigación de la comunicación en México: tendencias y perspectivas para los noventas,* Ed. Universidad Iberoamericana, México.

..... (1989), *Algunas condiciones para la investigación científica de la comunicación en México*, ITESO. Colección Huella, No. 17, Guadalajara, México.

- GALINDO C., Jesús;
..... (1998), *Técnicas de Investigación. En sociedad, cultura y comunicación* ,Ed. Pearson, México.

..... (1994b), "Presentación", en Galindo, J. y Luna C. (coords.), *Campo académico de la comunicación; hacia una reconstrucción reflexiva,* Ed. ITESO/ CNCA, México.

- GARCÍA CANCLINI, Nestor;
..... (1994), *Los nuevos espectadores. Cine, televisión y video en México*, Ed. IMCINE/CONACULTA, México.

..... (1999) "De cómo Clifford Geertz y Pierre Bourdieu llegaron al exilio", en, Rossana REGUILLO y Raúl FUENTES(coords), *Pensar las ciencias sociales. Reflexiones desde la cultura*, Ed. ITESO, Guadalajara, México.

- GIMÉNEZ, Gilberto (1996), *Territorio y Cultura*, Ed. Universidad de Colima, México

- GILLESPIE, Marie (1995), *Television, Ethnicity and Cultural Change*, Ed. Routledge, Londres, UK.

- GUBERN, Román (2000), *El eros electrónico"*, Ed. Taurus, Barcelona, España.

..... (1996), *Del bisonte a la realidad virtual. La escena y el laberinto*, Ed. Anagrama, Barcelona, España.

- GUPTA, Akhil, FERGUSON, James (editores) (1997), *Culture, Power, Place. Explorations in Critical Anthropology,* Ed. Duke University Press.

- GRUZINSKI, S. (1994), *La guerra de las imágenes. De Cristóbal Colón a Blade Runner,* Ed. FCE, México.

- HANNERZ, Ulf (1992), *Cultural complexity*, Ed. Columbia University Press, New York, USA.

- HALL, Stuart;
..... et.al. (1992), *Culture, media and language*, Ed. Routledge, Londres, Inglaetrra.

- IBAÑEZ, Jesús
---------- (1992), *Más allá de la sociología. El grupo de discusión; técnica y crítica.* Ed. SigloXXI, Madrid, España.

---------- (1994), *Por una sociología de la vida cotidiana*, Ed. Siglo XXI, Madrid, España.

- JENSEN, Klaus Brhun;

..... (1997), *La semiótica social de la Comunicación de Masas*, Ed. Bosch, Barcelona, España.

..... (1993) *Erudición humanística como ciencia cualitativa: contribuciones a la investigación sobre la comunicación de masas,* en Jensen y Jankowski (Eds.).
..... *Metodologías cualitativas de investigación en comunicación de masas*. Bosh. Barcelona.

- MARTÍN BARBERO, Jesús;
..... (1987), *De los medios a las mediaciones*, Comunicación, cultura y hegemonía, Ed. Gustavo Gilli, México.

- MAFFISOLI, Michel (2002), "Tribalismo moderno. De la identidad a las identificaiones", en Amparàn, Auquiles (coord.), *Sociología de la identidad*. Ed. Angel Porrua y UAM, México.

- MARKS, Laura U. (2000), *The skin of the film. Intercultural cinema, embodiment, and the senses*, Ed. Duke University Press. Londres, Inglaterra.

- MUNIZ, Sodré, 1998, *Reinventando la cultura*, Colección "El Mamífero Parlante", Ed. Gedisa, Barcelona, España.

- OROZCO, Guillermo;

..... (2000), *Lo viejo y lo nuevo. Investigar la Comunicación en el Siglo XXI,* Ed. De la Torre, Madrid, España.

---------- (1996), *Televisión y audiencias. Un enfoque cualitativo*, Ed. Ediciones de la Torres, Madrid, España.

---------- (1994ª), *Televisión y producción de significados. Tres ensayos*, Ed. Universidad de Guadalajara, Guadalajara.

---------- (1994b), *Televidencias. Perspectivas para el análisis de los procesos de recepción televisiva*, Cuadernos de Comunicación y Prácticas Sociales, Núm, 6, Ed. Universidad Ibeoramericana, México.

- ORTIZ, Renato (1996), *Otro territorio,* Ed. Universidad de Quilmes, Buenos Aires, Argentina.

- REGUILLO, Cruz, Rossana (2000), "Ciudad y Comunicación. La investigación posible", en, Orozco, Guillermo (comp.), *Lo viejo y lo nuevo. Investigar la Comunicación en el Siglo XXI*, Ediciones de la Torre, Madrid, España.

- STAM, Robert (1989)*, Subversive Pleasures; Bakhtin, Cultural Criticism and Film*, Ed. Johns Hopkins University Press, Baltimore and London.

- THOMPSON, John B. (1992)*, Ideología y cultura moderna*. Teoría crítica social en la era de la comunicación de masas., Ed. UAM/Xochimilco, México.

SOCIOLOGÍA

- GARFINKEL Alan (1981), "Introduction" en *Forms of explanation. Rethinking the Questions in Social Theory,* New Haven and London, Yale University Press, USA.

- KHUN**,** Thomas (1995*), La estructura de las revoluciones científicas*, Ed. FCE, México.

- LAZARSFELD**,** Paul (1993), "The relevance of methodology" (1959) Cao. 11 de, *On Social Research and its Language* (Ed. Por Raymond BAUDON), Chicago and London University Press, USA.

- MERTON, Robert K**.**(1988), "Los colegios invisibles en el desarrollo cognitivo de Kuhn" (1977), en Solís, Carlos, *Alta Tensión: Filosofía, sociología e historia de la ciencia*, Ed. Paidós, Barcelona.

- POTTER, Jonathan (1998), *La representación de la realidad. Discurso, retórica y construcción social*, Ed. Paidós, Temas de Psicología, Barcelona, España.

- ROBERTSON, Roland (1992), *Globalization.Social theory and global culture.*Ed. Sage Pubnlications, Londres, Inglaterra.

- WRIGHT MILLS, C. (1985) *La imaginación sociológica* (1959), Ed. FCE, México.

FUENTES HEMEROGRÀFICAS

Diarios Locales

MUÑOZ, Araceli, ***Público,*** *16* de junio de 2001, Guadalajara, Jalisco.

Diarios Nacionales

La jornada, "Fusión de Vivendi y GE crea segunda corporación del entretenimiento", p. 27, 9 de octubre del 2003.

AVILES, Roberto, "Caen ingresos cinematográficos", en ***Reforma***, 8 de enero de 1996, México, D.F.

Revistas Nacionales

AGUILAR, Miguel Angel**,** et.al. (coord..) (2001), "Del centro de la ciudad al centro comercial, los nuevos territorios de la experiencia cinematográfica en la ciudad de México", en la Revista **LA DIMENSIÓN MÚLTIPLE DE LAS CIUDADES**, p. 113/ 134, Ed. UAM Ixtapalapa, México.

BONFIL, Carlos (2004), "El asedio de la ignorancia" en la revista ***EL HUEVO***, Núm. 93, abril, p. 70/73, México, D.F.

S/A, "Renace el cine", **ADCEBRA**, año V, Num. 52, Junio de 1996, México, D.F.

ELIZONDO, Jorge (1991), "La exhibición cinematográfica. Retrospectiva y futuro", en la Revista **PANTALLA**, Núm. 15, invierno, México.

FUENTES NAVARRO, Raúl; (1997) "Balance del estudio académico de la comunicación en México. Un repaso de los productos publicados hasta 1994", en ***REVISTA MEXICANA DE COMUNICACIÓN,*** Núm. 51, Fundación Manuel Buendía, México.

GALINDO, Jesús;
..... (1992), "Vida Pública. De los caminos de la vida y la calle en la organización urbana", en la Revista **ESTUDIOS SOBRE LAS CULTURAS CONTEMPORÁNEAS,** Vol. 1, Núm, 13/14, Ed. Universidad de Colima.

..... (1987b), "Encuentro de subjetividades, objetividad descubierta. La entrevista como centro de trabajo etnográfico", en la Revista **ESTUDIOS SOBRE LAS CULTURAS CONTEMPORÁNEAS,** Vol. 1, Núm, 3, Ed. Universidad de Colima

GOMEZ VARGAS, Héctor;
..... (1998). "Lo visible por lo invisble. La configuración de la mirada cultural en las provincias mexicanas", en ***ESPACIOS DE COMUNICACIÓN***, Universidad Iberoamericana, No. 3, México.

.....(1998ª). "El campo académico de la comunicación y las reflexividades regionales", en ***ESTUDIOS SOBRE LAS CULTURAS CONTEMPORÁNEAS***, Época II, Vol. IV, No. 8, Universidad de Colima, México.

GOMERY, Douglas (1998), "Hacia una nueva economía de los medios", en la Revista **ARCHIVOS** Núm. 29, Junio, p. 152/167, Ed. Filmoteca de la Generalitat Valenciana, Valencia, España.

GONZALES, Jorge;
..... (1994b), "Las transformaciones de las ofertas culturales y sus públicos en México" en la Revista **ESTUDIOS SOBRE LAS CULTURAS CONTEMPORÁNEAS,** Vol. 1, Núm, 18, Ed. Universidad de Colima.

..... (1988) "LA cofradía de las emociones (in)terminables", en **ESTUDIOS SOBRE LAS CULTURAS CONTEMPORÁNEAS,** Vol. II, núms.. 4/5, Ed. Universidad de Colima.
..... (1987), "Frentes culturales. Culturas, mapas, poderes y luchas por las definiciones legítimas de los sentidos sociales de la vida", en la Revista **ESTUDIOS SOBRE LAS CULTURAS CONTEMPORÁNEAS**, Vol. I Núm. 3, Ed. Universidad de Colima,

KUHN, Annette (1998) "Me he acordado de eso Toda mi vida. El papel del tiempo y los recuerdos en los fans de las stars", en la Revista **ARCHIVOS** Núm. , Ed. Cátedra, España.

MABEL, Paccini;
..... (1998) "La sociedad de los espectadores" en la Revista ***VERSIÓN*,** octubre 1998, *El cine y la memoria,* Ed. UAM/ Xochimilco, México.

.....(1993), "La sociedad de los espectadores. Notas sobre algunas teorías de la recepción", en **VERSIÓN** Núm. 3, abril de 1993, México.

MARTÍN BARBERO, Jesús;
..... (2002), "El futuro que habita la memoria" en la Revista **TAKWA***,* Núm. 5 y Núm 6, otoño del 2002, primavera del 2003, Universidad de Guadalajara, Guadalajara, México.

..... (1987), "Memoria narrativa e industria cultural", en la Revista de **COMUNICACIÓN y CULTURA** Núm. 10, agosto, UAM –Xochimilco, México.

S/A, ***NUEVA ÊPOCA***, CANACINE, Órgano informativo de la Industria Cinematográfica y del Videograma: revisados y citados los números correspondientes a las fechas de: febrero, julio y diciembre del 2000, febrero, julio y diciembre del 2001, febrero, julio y diciembre del 2002, febrero julio y diciembre del 2003, México.

MONTECÓN, Ana;
..... (1995), "Una mirada antropológica al público del cine", en **COTIDIANO***,* Núm. 68, marzo /abril, México.

..... (1998), **"**El cine y sus públicos en México. Un balance bibliográfico", en la Revista ***VERSIÓN*,** octubre 1998, *El cine y la memoria,* p. 40/54*,* Ed. UAM/ Xochimilco, México.

OROZCO, Guillermo (2000), "Travesías y desafíos de la investigación de la recepción en América Latina", en la Revista de **COMUNICACIÓN Y SOCIEDAD** Núm. 38, julio / diciembre, p. 11/36

RAMÍREZ Kuri, Patricia, "Entorno, consumo y representaciones urbanas en la ciudad de México", en la Revista ***CIUDADES***, Núm. 27, julio / septiembre de 1995, México.

REGUILLO, Rossana, "Anclajes y mediaciones del sentido". Lo subjetivo y el orden del discurso, en la ***REVISTA DE LA UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA*,** Núm. 17, marzo de 1999, p. 50/ 55, Ed. Universidad de Guadalajara, Guadalajara, Jal., México.

REDFIELD, Robert (1965), "La sociedad Folk" en *Revista Mexicana de Sociología*, Vol 1V, Núm 4, Ed. UNAM, México.

SAFA, Barraza, Patricia; (coord.) (1998), Revista *Alteridades:* Formas plurales de habitar y construir la ciudad, Núm. 5, Ed. UAM Iztapalapa, México.

SANCHEZ RUIZ, Enrique**;**

.....(1994), "Cine televisión y video:"Hábitos de consumo audiovisual en Guadalajara, en la Revista de ***COMUNICACIÓN y SOCIEDAD***, Núms. 22 y 23, Sept. 1994 - Abril 1995, Guadalajara, México.

.....(1996), "Flujos globales, nacionales y regionales de programación televisiva. El caso de México", en la Revista de **COMUNICACIÓN Y SOCIEDAD***,* Núm. 27, mayo – agosto, Guadalajara, México.

..... (1996), "Mercados globales, nacionales y regionales de programación televisiva: "Un acercamiento al caso Mexicano" en la Revista de **Comunicación y Sociedad**, Num. 28, Guadalajara, México.

..... (1998), “Cine y globalización en México. El desplome de una industria cultural”, en la Revista de **Comunicación y Sociedad,** 33, mayo – agosto, Guadalajara, México.

.....(2004),“Hollywood y su hegemonía planetaria: una aproximación histórico cultural”, en la *Separata* de la **Revista de la Universidad de Guadalajara**, Núm. 28, marzo, Guadalajara, México.

- SOTO V., Begoña (2001), “Las mujeres y los niños primero. Segementación familiar del primer público cinematográfico”, en *Memoria del Tercer Seminario sobre La Construcción del público de los primeros espectáculos cinematográficos*, Universidad de Girona, España.

Revistas Internacionales

ANG. I. (1990), “Cultural Communication ”en **EUROPEAN JOURNAL OF COMMUNICATION**, Vol 5, Núm 2/,USA.

ALTENLOH, Emilie (2001), “A sociology of the cinema and the audience”, en la Revista ***SCREEN*** , Vol. 42, Núm. 3, Londres, Inglaterra.

BERARDI, Mario Alberto (1999), “*La retórica del sentimiento; Argumentos y argumentaciones”*, en la Revista ***DAMERO*** Núm. 2, pp. 22/64, Ed. Universidad de Morón, Buenos Aires, Argentina.

BORDWELL, David, THOMPSON, Kristine (1983), “Linearity, Materialism and the Study of Early American Cinema”, en la Revista **WIDE ANGEL**, Vol. 5, Nùm. 3, Londres, Inglaterra

BURTON- CARVAJAL, Julianne (1994), *La ley del más padre: melodrama paternal, melodrama patriarcal, y la especificidad del ejemplo mexicano,* en la revista **ARCHIVOS** 16, p. 51/64, Filmoteca Española, Barcelona, España;

CORNER, J. (1991), “Meaning, genre and context: the problematics of “public knowledge” in the new audiences studies”, en, J. Curran y M. Gurevitch, eds. *Mass Media and Society*, Edward Arnold, Londres, Inglaterra.

CREESEY, Paul G. (1938), “*The Motion Picture Industry as Modified by Social Background and Personality”* en American Sociological Review, ¾, USA.

FECÉ, Joseph Lluis, (2000), “Público, Poderes e Identidades Culturales”, en la Revista de Estudios Históricos sobre la Imagen *ARCHIVOS*, Núm. 32, Barcelona, España.

FERNÁNDEZ VIOLANTE, Marcela (1999), "Los monopolios de exhibición en el cine", en la Revista **CINEMAIS**, Revista de Cine y Otras Cuestiones Audiovisuales, Núm. 16, marzo/ abril, Ed. Ministerio de Cultura, Río de Janeiro, Brasil.

GETINO, Octavio (1997), "Entre la producción (propia) y los mercados (ajenos)", en **CINEMAIS,** Revista de Cine y otras cuestiones Audiovisuales, Núm. 5, mayo junio, Ed. Ministerio de Cultura, Río de Janeiro, Brasil.

HALL, Stuart, (1995), "Encoding /Decoding in TV discourse", en la Revista de Estudios Históricos **ARCHIVOS***,* Núm. 32, Ed. Paidós, Barcelona, España.

HANSEN, Miriam (1983), "Early Silent Cinema: Whose Public Sphere?", en la Revista **NEW GERMAN CRITIQUE**, Núm 29, Primavera/ verano, pp. 147/184

HARTLEY, J. (1987), "Television audiencies, paedocracy and pleasure" en, **TEXTUAL PRACTICE** *,* Vol. I, Núm 2, USA.

ITO , Youici (1991), "Japan and their diffusion outside Japan", en, *Birth of Joho Shakai and Johaka cocnepts in Keio Communication*, Review, Nùm. 3, Ed. (sic), USA.

FICHER Anderson, Barbara (1999), " La investigación fílmica y la promesa de un paradigma cognitivo", en la Revista **SIGNO Y PENSAMIENTO,** Núm. 35, p. 25/ 32, Revista del Departamento de Comunicación y de la Facultad de Comunicación y Lenguaje, Ed. Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá, Colombia.

LILLO, Gastón (1994), *El reciclaje del melodrama y sus repercusiones en la estratificación de la cultura*, en la Revista A**RCHIVOS** 16, p. 65/73, Filmoteca Española, Barcelona, España.

MARTIN BARBERO, Jesús (1994), "Mediaciones culturales y nuevos escenarios de comunicación" en la Revista *Sociedad*, Núm. 5, octubre 1994, Ed. Facultad de Ciencias Sociales de la U.B.A., Buenos Aires, Argentina.

MURDOCK, G., **(**1989) , "Critical inquiry and audience activity", en B. Dervin y otros eds., *Rethinking Communication,* Vol. 2, Newbury Park y Londres, Inglaterra.

PODALSKI, Laura (2003), "Affecting legacies: historical memory and contemporary structures of feeling in *Madagascar* and *Amores Perros"*, en la Revista ***SCREEN,*** Núm 443, otoño del 2003, p. 277/293, Ed. University of Glsgow, Londres, Inglaterra

SÁNCHEZ – BIOSCA, Vicente (1998), "En torno a algunos problemas de historiografía del cine", en la Revista ARCHIVOS Núm, 29, Ed. Piados, Barcelona, España.

TESIS de Licenciatura, Maestría y Doctorado Nacionales e Internacionale

ALTENLOH, Emilie (1914), *Zur Soziologie des Kino: Die Kino Unternenhmung und die sozialen Schichten ihrer Besucher,* Leipzig: Spamerschen Buchdruckerei.

BIDAULT, Mauricio (2000), *Todos los cines, el cine: la historia de la exhibición en Guadalajara, 1895-1971*, Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, ITESO, Guadalajara, México.

CASTAÑEDA, Karla (et. al) (2002), *¡Cámara!: el cine en Guadalajara, 1985 –2001,* Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, ITESO, Guadalajara, México.

CORONADO, Felipe (2000), *El cine que se ve en Guadalajara: 1998 y 1999, una filmografía comparativa,* Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, ITESO, Guadalajara, México

GÓMEZ, Héctor (2003), *Todas las mañanas del mundo. Transformaciones en la cultura local y los medios de comunicación. La experiencia de las mujeres con el cine en la ciudad de León, Guanajuato (1955 –1975)*, Tesis de Doctorado en Ciencia Sociales, Universidad de Colima. México.

OCHOA Tinoco, Cuauhtémoc, 1998, *Las salas cinematográficas en la ciudad de México en tiempos de cambios, 1982- 1997*, Tesis de Maestría, Universidad Autónoma Metropolitana – Azcapozalco.

PEÑA GARZA, Abril de la (2003), *Análisis cualitativo y cuantitativo del tiempo real de exhibición de las películas mexicanas en las salas cinematográficas de la ZMG con respecto a los artículos 19 de la Ley Federal de Cinematografía y 4 del reglamento de la misma,* Tesis de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, ITESO, Guadalajara, México.

RIGEN, Sofía (1999), *Problemas de los procesos de producción del cine en México*, Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, ITESO, Guadalajara, México.

Fuentes Electrónicas:

- Giddens, Anthony (2000), " An interview with Anthony Giddens", en ***Sociology*** www.polity.co.uk/giddens/interview.htm. Bajada en marzo del 2001.

SEGUIMIENTO DE LOS DOS ESTUDIOS DE CASO EN LA PRENSA

Cobertura cronológica de medios impresos locales, nacionales e internacionales de *Amores perros* e *¡Y tu mamá también!*.

Prensa local

AMORES PERROS

AVIÑA, Rafael**.** "Cine desde las entrañas". *Mural, Primera fila.* junio 16 de 2000. p. 21. Guadalajara, Jal.

CARRANZA José Israel, "Llega la perra realidad. Asiste el público a las primeras funciones de *Amores perros*, a algunas personas les desconcierta la historia de la película". *Mural***.** junio 17 del 2000. p.6. Guadalajara, Jal.

"Cauteloso Director de Amores perros", *El Occidental-Espectáculos,* Febrero 15 de 2000. p. 4d. Guadalajara, Jal.

CONTRERAS Velázquez, Héctor, "Amores perros evidencia la paradoja del ser humano", *El Occidental, Gente.* junio 23 de 2000. p. 3D. Guadalajara, Jal.

GONZÁLEZ Vazquéz, Francisco. "Guillermo Arriaga *Amores perros* es mi película *light*" *Público-Arte & Gente.* junio 23 del 2000. p. 12. Guadalajara, Jal.

HERNÁNDEZ, Gilberto. "Tienen plática perrona". *Mural-Gente.* junio 24 de 2000. p. 1D Guadalajara, Jal.

GÁMEZ, Silvia Isabel, "*Amores perros*, los caprichos del destino"**,** *Mural.* lunes 10 de julio de 2000, p. 10D. Guadalajara, Jal.

GONZÁLEZ Vazquéz, Francisco. "*Amores perros* inicia su viaje hacia EU. Esta semana, director y productora de la cinta elegirán distribuidora que la promoverá en ese país" *Público-Arte & Gente,* Julio 27 de 2000. p. 5. Guadalajara, Jal.

MARÍN, Nora. "González Iñárritu, mejor nuevo director en el Festival de Edimburgo. Otro premio a *Amores perros*." *Mural.* agosto 29 del 2000. p. 4D. Guadalajara, Jal.

S/A, Sun/Toronto. "*Amores perros* indigna a canadienses. 30 espectadores abandonaron la sala del Festival de cine de Toronto, en protesta por la simulada violencia a los animales." *Público-Arte & Gente***.** Septiembre 15 de 2000. p.? Guadalajara, Jal.

ROSAS, Héctor, **"**El cine mexicano esta muy *in.*. Antes sufrían el desprecio de los espectadores, pero ahora, películas como *Amores perros* y *Sexo, pudor y lágrimas* destacan entre las más taquilleras", *Mural-Gente.* Septiembre 23 de 2000. p. 6. Guadalajara, Jal.

(NTX), San Sebastián, "Le ladran aplausos", *Mural-Gente,* septiembre 24 del 2000. p.6D. Guadalajara, Jal.

S/A, (NTX), Nueva York. "Recibe elogios por sus amores. Alejandro González Iñárritu logra buenas críticas durante la participación del filme en el Festival de Cine de Nueva York", *Mural-Espectáculos,* octubre 6 del 2000. p. 6D. Guadalajara, Jal.

S/A, (EFE), Tokio, "Enamora a japoneses. Recibe *Amores perros* los premios de mejor director y mejor película en el Festival Internacional de Cine de Tokio", *Mural-Gente.* noviembre 6 del 2000, p. 1. Guadalajara, Jal.

ROSAS, Héctor, "Son perros de concurso. Desde su primera exhibición, *Amores perros*, ha sido requerida en los festivales de cine más importantes de todo el mundo", *Mural-Gente,* Noviembre 6 del 2000. p. 1. Guadalajara , Jal.

S/A, NOTIMEX, *"Amores perros,* quiere morder el Oscar", *Público-Arte & Gente.* Noviembre 9 del 2000. p. 1. Guadalajara, Jal.

HUERTA, César, "González Iñárritu irá por un Oscar. Planean campaña para *Amores perros* y así tener un lugar en la terna final por la estatuilla", *Mural-Gente.* Noviembre 10 del 2000, p. 2. Guadalajara, Jal.

CABRERA, Omar, "Exhibe sus amores en la isla de Cuba", *Mural-Gente.* Diciembre 12 de 2000. p. 4. Guadalajara, Jal.

S/A, (DPA), La Habana. "Premiada está vez en Cuba", *Mural-Gente.* diciembre 15 de 2000. p. 6. Guadalajara, Jal.

S/A, Beverly Hills /Agencias. "*Amores perros* va por el Globo de Oro. La ópera prima de Alejandro González Iñárritu competirá contra cintas italianas, china y francesa", *Público - Arte & Gente,* Diciembre 22 de 2000 (portada de sección). Guadalajara, Jal.

ROSAS, Héctor**.** "Amores... un globo de oro. Está *Amores perros* nominada como mejor película extranjera", *Mural-Gente,* Diciembre 22 de 2000, p. 1,2. Guadalajara , Jal.

S/A, NOTIMEX San José, Costa Rica. "*Amores perros* seleccionada entre los mejores filmes", *El Occidental-Espectáculos,* Diciembre 26 de 2000. s/p. Guadalajara, Jal.

GONZÁLEZ Vázquez, Francisco. "El *boom* de los mexicanos", *Público-Arte & Gente.* Diciembre 29 de 2000, p. 2. Guadalajara, Jal.

S/A, NOTIMEX Bogotá, Colombia. "*Amores perros* refleja el ser latino: González Iñárritu", *El Occidental-Espectáculos,* Febrero 15 de 2001, p. 4d. Guadalajara, Jal.

(EFE), Londres. "Se ponen "perros" en Londres. Amenazan el estreno de la cinta en el Reino Unido", *Mural-Gente,* Febrero 22 de 2001, p. 3. Guadalajara, Jal.

¡ Y TÚ MAMÁ TAMBIÉN!

GONZÁLEZ Vázquez, Francisco. "México ha cambiado... *Y tu mamá también*", *Público-Arte& Gente.* 31 de mayo de 2001. p. 5. Guadalajara, Jal.

S/A, EFE. "Rompe récord *Y tu mamá también*". *Mural.* Junio 12 de 2001. Guadalajara, Jal. "Y tu mamá también impone récord de taquilla", *Público- Arte&Gente.* Junio 12 de 2001. p.p. 65-67. Guadalajara, Jal..

CABRERA, Omar. "Y Tu mamá ya tiene libro", *Mural-Espectáculos,* Julio 16 de 2001. p. 5D. Guadalajara, Jal.

S/A,"Cálida acogida a Y tu mamá también", *Público- Arte & Gente.* agosto 31 de 2001. p. 3. Guadalajara, Jal.

S/A,"La venden como si fuera *American Pie* a la mexicana", *Público- ¡Hey!,* Noviembre 17 de 2001. p.3. Guadalajara, Jal.

S/A, "La función comenzó", *Público- ¡Hey!,* Diciembre 4 de 2001, Guadalajara, Jal.

DIEZMARTÍNEZ, Ernesto, "DVD verse. Tienes que verla también", *Mural- Primera fila,* Diciembre 21 de 2001, p. 10. Guadalajara, Jal.

S/A, "Por un debate sin adjetivos", *Mural - Primera fila,* Enero 4 de 2002, p. 13. Guadalajara, Jal.

GONZÁLEZ, Enrique. "Y tu mamá... también va con todo a EU", *Mural-Gente.* Enero 10 de 2002, p. 3, sección D., Guadalajara, Jal.

ROSAS, Héctor, "Con o sin Globo, ellos harán fiesta", *Mural-Gente.* Enero 17 de 2002. p.5. Guadalajara, Jal.

ESTRADA, Nora, "Festejan como ganadores", *Mural – Gente.* Enero 22 de 2002, p. 1. Guadalajara, Jal.

ESTRADA, Nora. "Cautivan también en Hollywood", *Mural – Gente,* Marzo 14 de 2002. p. 4 sección D. Guadalajara, Jal.

LERMAR, Gabriel, "Llegan con éxito a cines de EU", *Mural – Gente,* Marzo 15 de 2002. p. 9. Guadalajara, Jal.

ROSAS, Héctor, "Harán viajar a su mamá", *Mural – Gente,* Abril 4 de 2002, p. 3. Guadalajara, Jal.

Prensa nacional

AMORES PERROS

S/A, (Notimex, ANSA, EFE y AFP).- Los Angeles. "Nominan *Amores perros* al Oscar como película extranjera**.** Se enfrentará otra vez a *El tigre y el dragón* que ganó el Globo de Oro", *El Universal-Espectáculos,* 14 de febrero de 2000, p. E-15. México, D.F.

AYALA Blanco, Jorge "González Iñárritu y el neotremendismo chafa", *El Financiero.* junio 19 del 2000, p. 108. México, D.F.

PÉREZ Turrent, Tomas, *"Amores Perros", El Universal,* junio 23 de 2000, p. E3. México, D.F.

SOLÓRZANO, Fernanda. "*Amores perros*, de Alejandro González Iñárritu", *Uno más Uno.* julio 01 de 2000, p. 12. México, D.F.

MORALES Martínez, Felipe, *"*Música de *Amores perros, adhoc,*", *El Universal. Espectáculos*. julio 5 de 2000, p. E5. México, D.F.

RODRÍGUEZ O., Arturo**.** "Emilio Echevarría: El guión de Guillermo Arriaga*,* fundamental en el éxito de *Amores perros*", *Excélsior-Espectáculos,* julio 10 de 2000, p.p. 1-E/2-E. México, DF.

LEÓN, Magali, "Algo más que ladridos. Entrevista con Lynn Fainchtein", *Uno más Uno.* sábado 15 de julio de 2000, p. 10. México, DF.

LEÓN, Magali, "Geografía perra". *Uno más Uno.* sábado 15 de julio de 2000, p.p. 18-19. México, D.F.

RODRÍGUEZ O., Arturo, "Quince países han comprado para su exhibición la exitosa cinta mexicana *Amores perros,* Reconocimiento a su gran calidad y al trabajo de todo el equipo" *Excélsior –Espectáculos,* Julio 16 de 2000, p.p. 1-E, 2-E. México, D.F.

VARGAS, Ángel. "Versión 48 del festival internacional de cine. Participarán seis producciones mexicanas en San Sebastián. Sus amores son universales. Alejandro González Iñárritu confiesa que la aceptación de su ópera prima lo ha sorprendido y ha comprobado que la temática puede ser apreciada por todo el mundo", *La Jornada.* agosto 27 de 2000, p.p. 1,2. México, D.F.

CABALLERO, Jorge. "El creador de *Amores perros* obtiene el galardón de Mejor Nuevo Director. González Iñárritu, premiado en el Festival de Cine de Edimburgo. Cualquier obra artística, si logra emocionar consigue su propósito, dice el realizador", *La Jornada,* agosto 28 de 2000, p.p. 1,2,3. México, DF.

TSETSEKAS, Dianne, (Toronto), "Decepciona *Amores perros* en Toronto", *El Universal-Espectáculos.* 15 de septiembre de 2000, p. 21. México, D.F.

S/A, (NTX), Caracas. "*Amores perros*, *Todo el poder* y *Santitos*, en Caracas. El ciclo "Cine Mexicano del 2000" ha provocado en Venezuela gran interés entre el público y los críticos quienes destacaron que el cine vuelve por sus fueros de cuando México fue en su época dorada el Hollywood latinoamericano. *Amores Perros*", *Excélsior-Espectáculos.* Septiembre 17 de 2000. p.p. 1-E / 2-E. México, D.F.

S/A, (AP), Nueva York. "El 5 y 8 de octubre exhibirán *Amores perros* en el festival de Nueva York", *Excélsior-Espectáculos,* septiembre 21 de 2000, p.p. 1,2. México, D.F

S/A, (DPA), San Sebastián. "Difícil contar una historia bonita viviendo en el D.F. *Presenta en el Festival de San Sebastián su filme *Amores perros*", *Excélsior-Espectáculos.* septiembre 23 de 2000, p.5. México, D.F.

S/A, (NTX), San Sebastián, "*Amores perros* fue aclamada por la crítica en San Sebastián", *Novedades,* Septiembre 24 del 2000. p. E10. México, D.F.

S/A, (NTX), San Sebastián, "Aclaman a *amores perros*". *Excélsior,* septiembre 24 del 2000, p. E-5. México, D.F.

VARGAS, Ángel, "La selección paralela desplaza a la oficial en San Sebastián, *Amores perros* se perfila para ser premiada por el público", *La Jornada.* septiembre 25 del 2000, p.1. México, .DF.

S/A, (EFE), San Sebastián. "El cine, un medio infinito para explorar el mundo." *Excélsior – Espectáculos*. septiembre 26 del 2000, p. 3. México, D.F.

S/A, (EFE), Tokio. "Exhibirán en Tokio *Amores perros,* El Festival se inaugura el 28 de octubre", *Excélsior-Espectáculos*. septiembre 26 del 2000, p. 7-E. México, D.F.

RODRÍGUEZ O., Arturo. "*Amores perros* pone en marcha la segunda etapa de "Zócalo de Estrenos", La Opera Prima de Alejandro González Iñárritu será exhibida, hoy, a las 20:00 horas", *Excélsior-Espectáculos.* octubre 6 del 2000, p.1,2. México, D.F.

VALDIVIA, Chile (EFE), "Galardonan a la cinta *Amores perros* en Festival Chileno, La opera prima de Alejandro González Iñárritu obtuvo el premio del público, entusiasta crítica del NYT", *Excélsior - Espectáculos.* 7 de octubre del 2000, p.2. México, D.F.

S/A, (NTX), Nueva York. "Me alucinó la crítica del NYT: González Iñárritu,"Con mi cine me gusta exorcisarme", *Novedades-Espectáculos.* octubre 8 del 2000, p. E-10. México, D.F.

S/A, (EFE y AP), Bogotá. "Se exhibirá *Amores perros* en Colombia, La película de Alejandro González Iñárritu inauguró el Festival de Cine de Bogotá, también compite *Rito*

terminal de Oscar Urrutia", *El Universal-Espectáculos.* octubre 11 del 2000. p. E-16. México, D.F

S/A, (DPA), Buenos Aires, "Hay que dejar de desconfiar de las películas Latinoamericanas. Lo afirmó en Buenos Aires, Argentina, en donde se proyectará el filme *Amores perros*", *Excélsior-Espectáculos,* Octubre 18 del 2000. p. 5-E. México, D.F.

S/A,(PL), Madrid. "Exhibirán Amores perros en la XXI Mostra Cinema del Mediterrani**."** *Excélsior-Espectáculos,* 17 de octubre del 2000, p.p. 1, 2. México, D.F.

S/A, (NTX), Buenos Aires, "Flojera de la crítica, compararme con Quentin Tarantino. Exhiben en Argentina su filme *Amores perros*", *Excélsior-Espectáculos.* 19 de octubre del 2000. p.p. 1, 2. México, D.F.

S/A, (AFP y DPA), Bogotá, "Gana *Amores perros* en el Festival de Colombia. Se adjudicó el Círculo Precolombino de Oro; Alejandro González fue designado Mejor Director", *El Universal-Espectáculos,* Octubre 20 del 2000, p. E 13. México, D.F.

S/A,(NOTIMEX), Acapulco. "Premia CANACINE a *Amores perros* como la cinta más taquillera", *Excélsior-Espectáculos,* 31 de octubre del 2000, p.p. 1, 5. México, D.F.

S/A,(NTX), Sao Paulo, "*Amores perros* disputa el premio de mejor filme en el Festival de Sao Paulo", *Excélsior-Espectáculos,* 1 de noviembre del 2000, p. 14. México, D.F.

S/A, (NOTIMEX), Panamá. "Superó cinta de G. Inárritu filmes de EU, en Panamá. En dos semanas ha superado la taquilla sobre películas como *El profesor chiflado 2*". *El Universal-Espectáculos,* 3 de noviembre del 2000, p. 8. México, D.F.

S/A, (DPA), La Habana. "Logra éxito la cinta *Amores perros*, en la Habana Cuba". *El Universal–Espectáculos,* Diciembre 13 de 2000. p. 11. México ,D.F.

MORALES Martínez, Felipe, "Amores... con calidad para ganar. Para Alejandro González Iñárritu es un honor ser nominado a un Globo de Oro." *El Universal-Espectáculos.* diciembre 22 de 2000, p.p. 1, 22. México, D.F.

S/A, (NTX), Santo Domingo, "Exhibirán *Amores perros* en el Festival de Santo Domingo", *Excélsior-Espectáculos,* 31 de diciembre de 2000, p. 15. México, D.F.

S/A,(NOTIMEX). "Amores perros, la cinta más premiada en el 2000." *Excélsior-Espectáculos.* 2 de enero de 2001, p. 7. México, D.F.

ESTRADA, Nora Alicia. "Llegan a los Globos solo para divertirse". *Reforma.* Enero 20 de 2001. México, D.F.

RODRÍGUEZ O., Arturo. "Premios Internacionales." *Excélsior-Espectáculos* 14 de febrero de 2001, p.p.1, 2. México, D.F.

SERVÍN Magaña, Rosalía. "La sabiduría del perro. Habla González Iñárritu de su nominación al Oscar." *El Financiero-Espectador.* 14 de febrero de2001, p. 58. México, D.F.

S/A,(Notimex), SAN JOSE, "Promisorio el cine de México en el mundo. *Amores perros*, un ejemplo; las películas logran el éxito, en parte por su contenido, pero en especial es gracias a la publicidad o distribución". *El Universal-Espectáculos* 16 de febrero de 2001, p. 10. México, D.F.

RAMOS, Carlos, Londres, "Censuran *Amores perros* en Gran Bretaña. Filme mexicano antigua ley". *El Universal–Espectáculos.* 21 de febrero de 2001, p.p. 1,10. México, D.F.

¡Y TÚ MAMÀ TAMBIÈN!

SOSA Flores, David, "Para *Y tu mamá también* el primer acto de censura del gobierno foxista", *La Jornada.* 10 de junio de 2001. p. 1. México, D.F.

GARCÍA, Gustavo, "*Y tu mamá también* reunió más de 30 mdp. En diez días", *La Jornada.* 19 de junio de 2001. p. 1. México, D.F.

S/A, "Y tu mamá también recorrerá el mundo". *El Universal-Espectáculos.* 20 de junio de 2001. p. 1. México, D.F.

S/A,"Menores chilenos podrán ver *Y tu mamá también*", *Excélsior-Espectáculos.* 27 de octubre de 2001. p. 9. México. D.F.

S/A, "Estreno gris de *Y tu mamá también", El Universal-Espectáculos.* 16 de noviembre de 2001, p. 18. México, D.F.

S/A, "El elenco de *Y tu mamá también*", *Reforma-Gente.* Enero 20 de 2002. p. 6. México, D.F.

S/A, "Voto de confianza al cine hispanoamericano: Cuarón", *Excélsior-Espectáculos.* Enero 21 de 2002. p 3. México, D.F.

S/A, "Estrenan *Y tu mamá también* en cines de EU", *El Universal- Espectáculos,* Marzo 13 de 2002. p. 4. México, D.F.

S/A, "Ninguna cinta hispana había recibido tanta difusión en EU". *Novedades-Espectáculos,* Marzo 22 de 2002. p. 17. México, D.F.

GARCÍA, Juan Carlos. "Apoya Londres a *charolastras*", *Reforma-Gente.* Abril 14 de 2002. p. 1. México, D.F.

S/A, "Los cuatro lados del espectáculo. Gael García es el *mamas boys* de los cinéfilos de Londres por la película de Alfonso Cuarón", *El Heraldo-Espectáculos.* Julio 3 de 2002. p. 4D. México, D.F.

GARCÍA, Juan Carlos. "Londres echa porras a los *charolastras*". *Reforma.* Septiembre 4 de 2002. México, D.F.

Revistas nacionales

BETANCOURT, Javier**.** "*Y tu mamá también* censura", *Proceso- Cultura.* Núm. 1285, 17 de junio de 2001. p.p. 65-67. México, D.F.

CARRILLO, Gonzalo, *"*Entrevista con Gael García y Vanessa Bauche*",* en *Cinemanía*, Año 4, Núm. 46. julio de 2000. p. 74. México, D.F.

TOVAR, Luis, "La inocencia de la primera vez". *Rev. Cinemanía*, Año 4, Núm. 46. julio de 2000, p.p. 76,79. México, D.F.

GARCÍA, Gustavo. "Amores perros, de Alejandro González Iñárritu**",** en *Letras libres*. julio 5 de 2000, p.1. México, D.F.

VERTIZ, Columba**.** "Va por el Globo de Oro de Venecia", *Proceso.* Núm. 1295. 25 de agosto de 2001. p.p. 70-71. México, D.F.

TAQUÍN, Cristina. "Venecia aplaude a Cuarón, el realizador con perfume de Hollywood". *Proceso-Cultura.* Núm. 1296. 2 de septiembre de 2001. p.p. 86-87. México, D.F.

Revistas internacionales

S/A, "Perlas de Festivales." p. 1*.,* Rev. de cine, *La Claqueta.* septiembre 24 del 2000. España.

S/A, "Amores Perros el vínculo nunca termina." p. 3. *Diario del Festival de la Habana.* No. 6. diciembre 10 de 2000. La Habana, Cuba.

BRADSHAW, Peter. "Sexy bodies and roadside corpses", *Guardian Weekly.* Abril 18-24 de 2002. p. 7. EU.

JULIAN SMITH, Paul, "Heaven`s mouth", " Sig*ht and Sound.* Abril de 2002. p.p. 16-18. England.

Fuentes electrónicas

www.claqueta.com *Festival de San Sebastián 2000* México, D.F., agosto 25 de 2000, p. 1.

Nup.//www.claqueta.com/n149/noto5.nun, *El Festival de Toronto del 7 al 16 de sept.* agosto 25 de 2000. p.p. 1,2.

www.elpais.es, "Alfonso Cuarón lleva a Venecia una arrolladora y vital historia mexicana". Agosto 31 de 2001. p.p. 1-2

www.notimex.com, "Inicia *Y tu mamá también* el segundo ciclo de cine erótico en Chile". Abril 16 de 2002.

www.notimex.com, "Eligen a *Y tu mamá también* como mejor cinta del 2002". Enero 17 de 2003.

FICHAS FILMOGRÀFICAS

AMORES PERROS (2000)

Género:	Drama urbano
Duración:	147 min.
Sonido:	Dolby digital
Dirección:	Alejandro González Iñárritu
Asistentes de Dirección:	Adrián Grumber, Carlos Hidalgo, Julián "Chico" Valdez y Efrén del Moral
Producción:	Alejandro González Iñárritu; productores ejecutivos: Francisco González Compeán y Martha Sosa Elizondo
Guión:	Guillermo Arriaga
Fotografía:	Rodrigo Prieto
Diseño de Producción:	Brigitte Broch; ambientación: Melo Hinojosa y Julieta Álvarez
Vestuario:	Gabriela Diaque
Maquillaje:	David Gameros y Marco Antonio Rosado; peinados: Isabel Amézcua y Eduardo Gómez
Edición:	Luis Carballar, Alejandro González Iñárritu y Fernando Pérez Unda
Efectos Especiales:	Alejandro Vázquez
Sonido:	Martín Hernández, Antonio Diego, Geoffrey G. Rubay y Rudy Pi; diseño de audio: Martín Hernández
Música:	Gustavo Santaolalla y Daniel Hidalgo; supervisión musical: Lynn Fainchtein; canciones: "Lucha de gigantes" de Nacha Pop y selecciones musicales de Celia Cruz, Titán, Banda Espuela de Oro, Hollies, Control Machete, Los Gatos Negros, Banda del Garrote y Cristian Fiebre
Selección de Reparto:	Manuel Teil

Reparto:

Emilio Echevarría	.... *El Chivo*
Gael García Bernal	.... *Octavio*
Goya Toledo	.... *Valeria Maya*
Álvaro Guerrero	.... *Daniel*
Vanessa Bauche	.... *Susana*
Jorge Salinas	.... *Luis Miranda Solares*
Marco Pérez	.... *Ramiro*
Rodrigo Murray	.... *Gustavo*

Humberto Busto .... *Jorge*
Gerardo Campbell .... *Mauricio*
Rosa María Bianchi .... *tía Luisa*
Dunia Saldívar .... *mamá de Susana*
Adriana Barraza .... *mamá de Octavio*
José Sefami .... *Leonardo*
Lourdes Echevarría .... *Maru*
Laura Almela .... *Julieta*
Ricardo Dalmacci .... *Andrés Salgado*
Gustavo Sánchez Parra .... *Jarocho*
Dagoberto Gama .... *Álvaro*
Gustavo Muñoz .... *El Chispas*
Carlos Bernal .... *Javier*
Rodrigo Obstab .... *El Jaibo*
Edgar González .... *Rodrigo, bebé de Susana*
Hilda González .... *cajera*
Patricio Castillo .... *doctor*
Roberto Medina .... *conductor de televisión*
Ángeles Marín .... *conductora de televisión*
Ana María González .... *enfermera*
Carlos Samperio .... *hombre del "deshuesadero"*
T. Kazuyo Togawa .... *señora gorda*
Adriana Varone .... *amante de Luis*
Bruno Salgado .... *El Champignon*
Adriana Islas .... *Lina*
Regina Abad .... *Jimena*
Leoncio Torres .... *El Pelón*
Luisa Geliz .... *secretaria de Daniel*
Jean-Paul Bierry .... *hombre en la junta*
Alma Rocío González .... *mujer en la junta*
Mauricio Martínez .... *judicial*
Juan Manuel Ramos .... *policía*
Ernesto Bog .... *hombre 1*
José Luis Barraza .... *hombre 2*
Jorge Arellano .... *niño cuidador 1*
Jonathan Herrera .... *niño cuidador 2*
Heriberto Castillo .... *extraño*

Sinopsis:

Ciudad de México en el amanecer de un nuevo siglo. Un terrible accidente automovilístico se convierte en el punto de encuentro de tres "amores perros". Octavio, un joven adolescente enamorado de su cuñada, ha transformado a su perro "Cofi" en una mortífera arma con la que desea escapar de su miseria amorosa. Valeria, una hermosa modelo, ve truncada su carrera y su nueva vida al lado de Daniel, mientras su pequeño perro "Richi" queda atrapado, como ella, en los estrechos límites de su departamento. Por su parte el taciturno Chivo, un ex-guerrillero que no puede acercarse a la hija que algún día abandonó, sublima su necesidad de amor recogiendo perros en la calle. Ninguno de ellos volverá a ser el mismo después del accidente. Todos, incluyendo a los perros, encontrarán un destino muy distinto al que algún día imaginaron.

¡Y tu mamá también ¡ (2001)

Una producción de:	Producciones Anhelo y Bésame Mucho Pictures
Género:	"Road movie" erótica
Duración:	105 min.
Sonido:	Dolby digital
Dirección:	Alfonso Cuarón
Asistente de Dirección:	Manuel Hinojosa
Producción:	Jorge Vergara; producción ejecutiva: Sergio Agüero, David Linde, Amy J. Kaufm producción: Eamon O'Farrill
Guión:	Alfonso Cuarón y Carlos Cuarón
Fotografía:	Emmanuel Lubezki
Dirección Artística:	Miguel Ángel Álvarez
Vestuario:	Gabriela Diaque
Edición:	Alfonso Cuarón y Alejandro Rodríguez
Sonido:	José Antonio García; supervisión de sonido: Phil Stockton ; diseño de efectos son
Supervisión Musical:	Liza Richardson y Annette Fradera; coordinación musical: José Enrique Fernánde
Selección de Reparto:	Manuel Teil

Reparto:

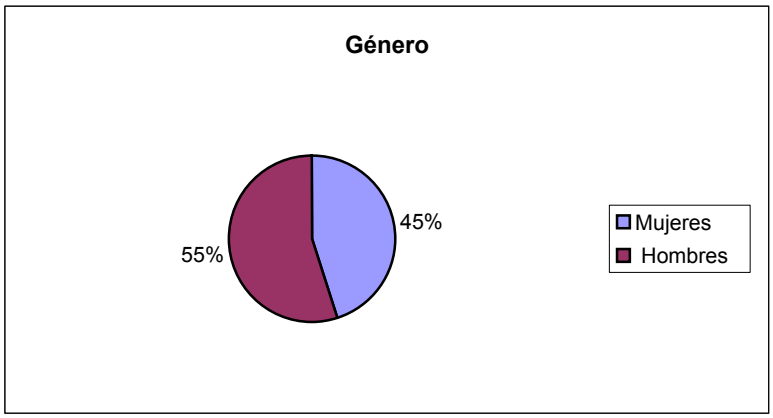
Diego Luna	.... *Tenoch Iturbide*
Gael García Bernal	.... *Julio Zapata*
Maribel Verdú	.... *Luisa Cortés*
Daniel Giménez Cacho	.... *narrador*
Diana Bracho	.... *Silvia Allende de Iturbide*
Emilio Echevarría	.... *Miguel Iturbide*
Ana López Mercado	.... *Ana Morelos*
Andrés Almeida	.... *Diego "Saba" Madero*
Nathan Grinberg	.... *Manuel Huerta*
Verónica Langer	.... *María Eugenia Calles de Huerta*
María Aura	.... *Cecilia Huerta*
Arturo Ríos	.... *Esteban Morelos*
Marta Aura	.... *Enriqueta "Queta" Allende*
Juan Carlos Remolina	.... *Alejandro "Jano" Montes de Oca*
Silverio Palacios	.... *Jesús "Chuy" Carranza*
Mayra Sérbulo	.... *Mabel Juárez de Carranza*
Andrea López	.... *Lucero Carranza*
Amaury Sérbulo	.... *Christian Carranza*
Giselle Audirac	.... *Nicole Bazaine*
Liboria Rodríguez	.... *Leodegaria "Leo" Victoria*

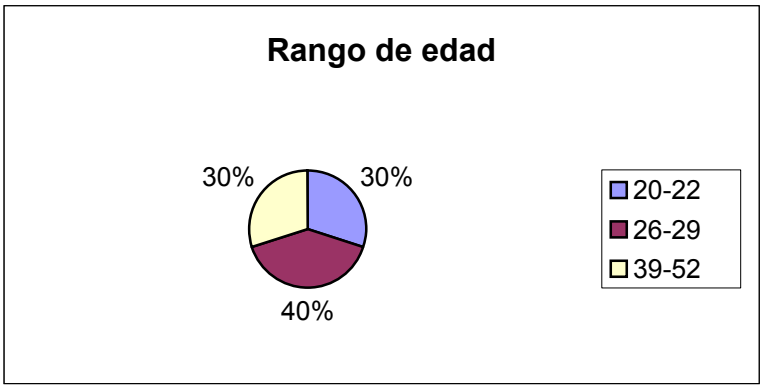
Sinopsis:

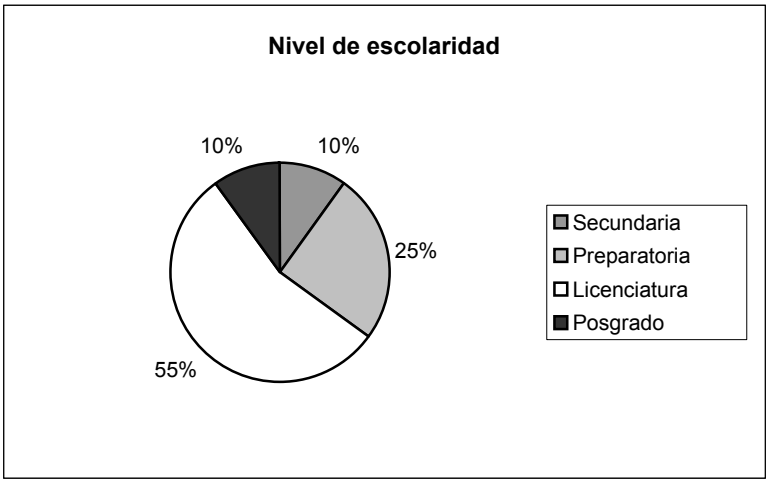
Tenoch y Julio son dos adolescentes cuyas vidas están regidas por las hormonas y por un peculiar código de amistad, sintetizado en el decálogo del *"charolastra"*. En una fiesta, los jóvenes conocen a Luisa, una chica española casada con el primo de Tenoch. Este incidente, aparentemente trivial, se convertirá en el detonador de una aventura en la que la inocencia, la amistad y la sexualidad de los tres personajes entrarán en conflicto.

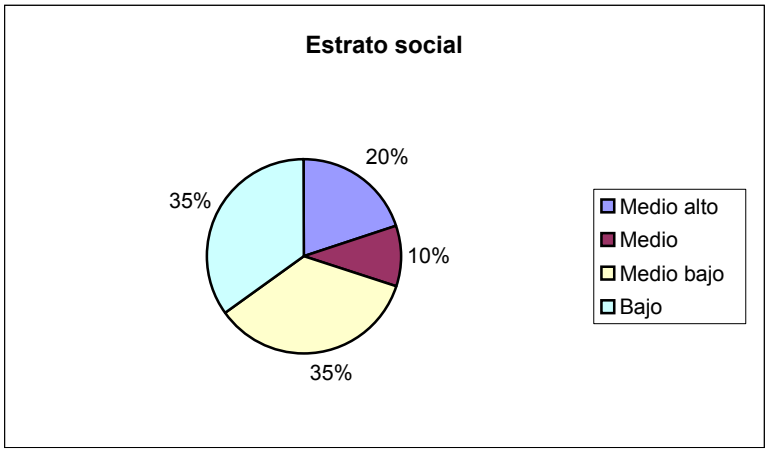
Perfil de entrevistados

Total entrevistados: 20









Registro de Participantes
Grupo de Discusión sobre la película *¡Y tu mamá también...!*
Miércoles 25 de septiembre del 2002

Nombre: _____
Edad:_____ Sexo: F M

Domicilio:_____
Teléfono:_____

¿Naciste en Guadalajara?
Si_____ No_____ ¿De dónde eres? _____

¿Vives con tu familia?_____ ¿con amigos?_____¿solo?_____

¿Estudias? Si_____
Nivel y lugar:_____

No_____
¿Hasta qué grado estudiaste?_____

¿Trabajas? Si_____ No_____

Tienes en tu casa (pon una X si lo tienes):
Televisión_____ Cable _____ Videocasetera_____ Radio_____
Grabadora y/o reproductor de CD_____ Computadora _____ Internet _____

¿Habías visto antes la película "Y tu mamá también?
Si_____ ¿Cuántas veces?_____
No_____

¿Cuándo la viste la primera vez?_____
¿Dónde la viste la primera vez? _____

Muchas gracias por tu participación.

COMPORTAMIENTO DE LA OFERTA DEL CINE MEXICANO EN LAS SALAS DE CINE TAPATÍAS

PELICULA	FECHA DE ESTRENO	SEMANAS DE EXHIBICIÓN	SALAS DE CINE
Sexo, pudor y lágrimas Dir. Antonio Serrano (1998)	11/junio/99	27 semanas	Lumiere G.Cinema,Cinepólis (2 salas), Multicinemas (5 salas),Cinematógrafo 3.
El coronel no tiene quien le escriba Dir. Arturo Ripstein (2000)	17/sept./99 *Reestreno : 28/enero/00	6 semanas 1 semana	Lumiere,G. Cinemas,Cinepólis (2 salas),Multicinemas (3 salas) *Re estreno (una función por día)
Santitos Dir. Alejandro Springall (1998)	15/oct./99	5 semanas	Lumiere,Salas Lux 1,G. Cinema,Magno, Gran Plaza, Arboledas
Todo el poder Dir. Fernando Sariñana (1999)	14/enero/00	10 semanas	Lumiere,G. Cinemas,Hollywood C., Cinemark, Multicinemas (5 salas)
Ave María Dir. Eduardo Rossoff (1998)	5/mayo/00	4 semanas	Lumiere, Cinemark, Hollywood C., Cinepólis (2 salas), Multicinemas (7 salas)
La ley de Herodes Dir. Luis Estrada (1999)	18/feb./00 *Re estreno 14/abril/00 Re estreno 16/junio/00	7 semanas 4 semanas	Lumiere, Cinemark, G. Cinema, Hollywood C., Cinepolís (2 cines, en 5 salas), Multicinemas (9 cines) C. Magno con 3 funciones. Salas Lux con 4 funciones

	*Re estreno 4/agosto/00 *Re estreno 1/sept./00	2 semanas 3 semanas	Lumiere,Cinemark,Cinepolìs (3 cines), Multicinemas (2 cines), Cinematógrafo 3, Cine del Bosque, Lux 2, Cinema Anros. En su cuarto reesreno se proyectó en Cine del Bosque.
La segunda noche Dir. Alejandro Gamboa (2000)	31/marzo/00	13 semanas	Lumiere, Cinemark, G. Cinema, Hollywood C., Cinepólis (2 cines en 5 salas) Multicinemas (10 cines)
En el país de no pasa nada Dir. Maricarmen de Lara (2000)	9/junio/00	6 semanas	Lumiere,Cinemark, G. Cinemas, Hollywood Cinemas, Cinepólis (2) cines), Multicinemas (8 cines
Amores perros Dir. Alejandro González Iñárritu (2000)	16/junio/00	15 semanas	Lumiere,Cinemark, General Cinema, Hollywood Cinema, Cinematógrafo 1, Cinepólis (2 cines, en 5 salas), Multicinemas (10 cines)
	*Re estreno 9/marzo/01	1 semana	Cinemex Guad., Lumiere, Cinematógrafo 3, Salas Lux, Cinepólis (3 cines), Arboledas
	*Re estreno 16/marzo/01	1 semana	Lumiere (en una función)
Por la libre Dir. Juan Carlos de Llaca (2000)	20/oct./00	9 semanas	Lumiere,Cinemark (2 salas), Cinematógrafo 1, Charles Chaplin, Cin. Hollywood, Cinepólis (3 cines en 4 salas), Multicinemas (7 cines)
Crónica de	1/dic./00	7 semanas	Cinemas Hollywood, Lumiere, Cinemark,

un desayuno Dir. Benjamín Cann (2000)			Cinematográfo 1, Cine del Bosque,Gen. Cinemas, Cinepólis (3 cines), Multicinemas (7 cines)
Entre la tarde y la noche Dir. Oscar Blancarte México2000	Estreno 2/feb./01	Sale de cartelera 16/feb/01 2 semanas de exhibición	Salas Lux 1

Del olvido al no me acuerdo Dir. Juan Carlos Rulfo (1999)	2/feb./01	2 semanas de exhibición. Sale de cartelera 16/feb./01	Lumiere,Cinemark, Hollywood Cinemas, Cinepólis (3 cines), Multicinemas (3 cines). En su segunda semana se proyecta sólo en General Cinemas.
Sin dejar huella Dir. María Novaro (1999)	Estreno 21/marzo/01 Reestreno: 25/mayo/01	3 semanas de exhibición. 6/abril/01 sale de cartelera.	Cinemex Guad., Cinemas Versalles, Lumiere, Hollywood, Cinepólis (3 cines), Multicinema (3 cines). Durante la tercer semana se proyecta en Cinemex,Lumiere,Magno,Normal e Independencia. En el reestreno se proyecta sólo en Nuevo Cinema Anros.
Piedras verdes Dir. Angel Flores Torres, México 2000	23/marzo/01 Reestreno: 11/mayo/01	5 semanas de exhibición. Sale de cartelera 27/abril/01. Del reestreno sale 18/mayo/01	Cinemex,Lumiere, Hollywood,Cinepólis (3 cines), Multicinemas (9 salas). Durante la quinta semana queda sólo en Cinemex. Durante su reestreno se proyecta en Nuevo Cinema Anros.
Demasiado amor Dir. Ernesto Rimoch (2000)	27/abril/01	3 semanas. Sale de cartelera 18/mayo/01	Lumiere,Hollywood Cinema,Cinepólis (3 cines), Multicinemas (5 cines). Durante la tercer semana se proyecta en Cinemex y Gran Plaza.
El segundo aire Dir. Fernando Sariñana (2000)	11/mayo/01	10 semanas. Sale de cartelera 13/julio/01	Hollywood Cinemas, Cinemex, Lumiere, Cinemark, Cinepólis (3 cines en 5 salas) Multicinemas (8 cines). Durante la octava y novena semana se proyecta sólo en Centro Magno. En la última semana se exhibe sólo en Nuevo Cinema Anros.
Y tu mamá	Estreno	16 semanas a	Cinemex, Lumiere *, Cinemark*, Cinema

también Dir. Alfonso Cuarón (2001)	Junio/ 8/2001 *Reestreno 14/sept./01 en varias salas en su 15 semana de exhibición.	partir de su estreno hasta 5/0ct./01 sale de cartelera	Versalles, Hollywood C., Magno*, Pabellón*, Gran Plaza, Arboledas*, Tolsá*, Normal, Independencia, Sol*, Oblatos, Fuentes, Multimedios Cinemas*, Salas Lux*, Cinema Anros. Durante la 12ª. Semana se proyecta en Cinemex, Lumiere,Cinemax,MM Cinemas. En la 14ª. Semana se proyecta en todas las salas, en penúltima y última semana se proyecta sólo en MM Cinemas y Cine Teatro Cabañas.
Perfume de violetas Dir. Marysa Sistach (2001)	Preestreno: 15, y 16/junio/01 Estreno: 20/junio/01 Reestreno: 24/agosto/01	Dos días en preestreno. 6 semanas de exhibición. Sale de cartelera 10/agosto/01 *Reestreno 1 semana	Cinemex, Lumiere, C. Magno, Pabellón, Gran Plaza, Plaza Arboledas, Tolsá, Lux*,Normal, Independencia, Oblatos, Sol, Las Fuentes, Cinematógrafo I, Cabañas, Cine del Centro, Anros*. En la última semana de su estreno se proyecta en Cine del Centro. Durante su reestreno se proyectó en Nuevo Cinema Anros y Salas Lux.
Serafín Dir. René Cardono III México, 2001	Estreno: 13/julio/01 Reestreno: 5/oct./01	7 semanas en exhibición. Sale de cartelera el 31/agosto 2001. Una semana de reestreno.	Cinemex,Lumiere,Versalles,Cinematógrafo 3, Hollywood, Magno, Pabellón,Gran Plaza,Todos los Multicinemas y Cine del Centro. En la última semana se proyecta en MM Cinemas. El reestreno se proyectó en Cinemex.
Atlético San Pancho Dir. Gustavo Loza (2001)	27/julio/01	4 semanas (sale el 31/agosto/01	Lumiere, Cinemark,Versalles,MMC, Magno, Pabellón, G. Plaza, Arboledas, Normal, Indepen., Sol,Oblatos, Fuentes, Cinemex.
Inspiración Dir. Ángel Mario Huerta Méxio,2001	Estreno 28/sept./01	9 semanas en exhibición. Sale de cartelera 3/nov./01	Cinemex,Lumiere,Cinemark,Versalles,Multimedios Cinemas,Magno,Pabellón,Gran Plaza,Arboledas,Tolsá,Normal.Independencia,Sol, Fuentes,México,Las Torres. En la ültima semana se proyectó sólo en el Nuevo Cinema Anros.
De la calle Dir. Gerardo Tort. (2001)	11/oct./ 01	7 semanas en exhibición Sale de cartelera el 30/nov./01	Lumiere, Cinemark (2 salas). Cinematógrafo 1, Versalles, Mult. Cinemas, Magno (3 salas), Pabellón, Gran Plaza (2 salas), P. Arboledas, Tolsá, Normal, Idepend., Sol, Oblatos, Fuentes, México, Revolución, Torres.
El espinazo del diablo. Dir. Guillermo	19/oct./2001	7 semanas en exhibición Sale de cartelera 14/dic./01	Lumiere,Cinematógrafo 1,Versalles, M. Cinemas, Magno (3 salas), Pabellón, Gran Plaza (3 salas), Arboledas (2 salas), Tolsá, Normal, Independ., Sol, Oblatos, Fuentes, México, Revolución, Torres.

del Toro. (2001)			
Vivir mata Dir. Nicólas Echevarría, Méx,2002	Estreno 25/enero/02	10 semanas en exhibición Sale de cartelera 5/abril/02	Cinemex, Lumiere,Cinemark (salas) M. Cinemas, Magno (3 salas), Pabellón, G. Plaza, Arboledas, Tolsá, Normal, Independ., Sol, Oblatos, Fuentes.
Un mundo raro Dir. Armando Casas (2002)	Estreno 8/feb./2002	4 semanas en exhibición Sale de cartelera 8/marzo02 *Reestreno 26/abril/02 una semana.	Cinemex, Lumiere,Cinemark, Cinemat. 3, Versalles, Bosque, M. Cinemas,Magno (2 salas), Pabellón, G. Plaza, Arboledas, Tolsá, Normal, Independencia, Sol, Oblatos,FuentesMéxico, Revolución, Torres. *Nuevo Cinema Anros
El gavilán de la sierra Dir. Juan Antonio de la Riva (2002)	Estreno 15/marzo/02	2 semanas de exhibición Sale de cartelera 29/marzo/02	Cinemex, lumiere, Cinemark, C. Versalles, M. Cinemas, Magno, Pabellón, G. Plaza, Arboledas, Normal, Independencia.
¿De qué lado estás? Dir. Eva López Sánchez (2002)	Estreno 5/abril/2002	3 semanas de exhibición Sale de cartelera 26/abril/02 *Reestreno 24/mayo/02 (una semana)	Cinemex, Lumiere, Versalles, M. Cinemas, Magno, Pabellón, G. Plaza, Arboledas, Tolsá, Normal, Independencia, Sol, Oblatos. *Nuevo cinema Anros
La habitación azul Dir. Walter Doehner (2002)	Estreno 3/mayo/2002	10 semanas de exhibición Sale de cartelera 12/julio/02	Cinemex, Lumiere, Cinemark, Versalles, MM Cinemas,Cinepólis, Multicinemas. Durante la última semana se proyectó en Cine del Centro,Cabañas Y MM Cinemas Río Nilo.
Otilia Rauda Dir. Dana Rotberg México, 2002	Estreno 16/agosto/02	5 semanas en exhibición. Sale de cartelera 20/sept./02	Lumiere, Cinemark, Cinemex, Versalles, Centro Magno, Gran Plaza. En su segunda, tercer, y cuarta semana la proyecta sólo las Salas Lux. En la quinta semana se proyecta sólo en Nuevo Cinema Anros.
El crimen del Padre Amaro Dir. Carlos Carrera	Estreno 16/agosto/02	12 semanas en exhibición. Sale de cartelera 1/nov./02 De su	Cinemex, Lumiere,Cinemark (2 salas), Arboledas,Independencia,Fuentes,Cinematógrafo 2, Versalles, Cine Foro,Tolsá,Sol,México, MM Cinemas, Magno (2 salas), Gran Plaza (2 salas), Normal, Oblatos, revolución, Torres. Se mantiene

México, 2002	Reestreno 21/feb/03	reestreno sale de cartelera28/feb/03	en todas las salas hasta su octava semana de proyección que sólo queda en Cinemex, MM Cinemas (Río Nilo), Arboledas, Independencia. Durante la décima y onceava semana se proyecta sólo en Cinemex y Tolsá. En su reestreno se proyecta en Cinemex,Lumiere,MM Cinemas,Magno,Pabellón,Gran Plaza y Arboledas.
El tigre de Santa Julia Dir. Alejandro Gamboa (2002)	Estreno 27/sept./02	10 semanas en exhibición Sale de cartelera el 6 de diciembre de 2002.	CinemexLumiere,CinemarkCine del centro VersallesMMCinemasMagno (3 salas) Pabellón (2 salasG.Plaza 3 salasArboledas TolsáNormalIndependenciaSol / Oblatos Fuentes / MéxicoRev. / Torres
Ciudades oscuras Dir. Fernando Sariñana (2002)	Estreno 4/octubre/02	Una semana en exhibición Sale de cartelera el 11/oct./02	Cinemex,Lumiere,Cinemark,Cinemat.2, Versalles, MM Cinemas Río Nilo, Magno,Pabellón, Arboledas, Gran Plaza.

Las caras de la luna. Dir. Guita Schyfter (2002)	Estreno 25/oct./2002	Una semana de exhibición. Sale de cartelera el 1/nov./02	Cine Teatro Cabañas.
Amar te duele Dir. Fernando Sariñana (2002)	Estreno 8/nov./2002	7 semanas de exhibición. Sale de cartelera 14/feb./03	Estreno en todas las salas. En la segunda semana se exhibe en: Cinemex,Cinemark,MMC R.Nilo.Se conserva en estos tres cines durante las cuatro semanas restantes de exhibión. En la última semana queda solo en MMC Río Nilo.
La hija del caníbal. Dir. Antonio Serrano	Estreno 17/enero/03	6 semanas en exhibición. Sale de cartelera 7/marzo/03	Se estrena en todos los núcleos cinemat. En las dos últimas semanas solo se exhibe en MMC Río Nilo.

(México, 2003)			
Sexo por compasión. Dir. Laura Mañá (México-España, 2001)	Estreno 21/feb./03	3 semanas en exhibición. Sale de cartelera el 14/marzo/03	Se estrena en todos los cines. En su última semana se exhibe en: Cinemex,Salas Lux, Cabañas, Cinemark,MMC Río Nilo, Revolución.
Escrito en el cuerpo de la noche, ***Dir. Jaime H. Hermosillo (Méx. 2002)***	Estreno 14/marzo/03	Una semana en exhibición. Sale de cartelera el 21/marzo/03	Cine Foro, Salas Lux, C. Magno, Pabellón, Gran Plaza.
El sueño del caiman Dir. Beto Gómez (México, 2001)	Estreno 4/abril/2003	Tres semanas en exhibición, sale de cartelera 25/abril/03	Cine Foro (solo se exhibe en esta sala)

Seis días en las oscuridad, Dir. Gabriel Soriano (México, 2002)	Estreno 11/abril/03	Tres semanas en exhibición. Sale de cartelera 2/mayo/03	Se estrena en todos los núcleos de cine. Durante la última semana se conserva en: Lumiere, Cinemex, Magno, G. Plaza, Arboledas.
Alex Lora, esclavo del rocanroll Dir. Luis Kelly México,2002	Estreno: 18/abril/2003	2 semanas en exhibición. Sale de cartelera 2/mayo/03	Cinemex, Cinemark., Lumiere, Cinepólis, Multicinemas.
Asesino en serio, Dir. Antonio Urrutia	Estreno 2/mayo/03	Siete semanas en exhibición. Sale de	Se exhibe en todas las salas, durante dos semanas, en las cuatro semanas siguientes sale de: Sol, México, Fuentes, Torres. Durante la última semana se exhibe en

(México, 2003)		cartelera 20/junio/03	Cinemex, Cinemark, C. Magno, Tolsá.
Una de dos Dir. Marcel Sisniega (México, 2002)	Estreno 9/mayo/03	2 semanas en exhibición, sale de cartelera 23/mayo/03	Primer semana: Cinemark, Lumiere, Cinemex, Magno, Tolsá, MMC Nilo/Cordilleras, G. Plaza, Pabellón, Arboledas, Normal, Sol Segunda semana: Lumiere, Magno, G. Plaza, Pabellón.
Cuento de hadas para dormir cocodrilos Dir. Ignacio Ortiz Cruz (México, 2003)	Estreno: 16/mayo/03	Una semana en exhibición, sale de cartelera 23/mayo/03	Cinemark, Lumiere, Cinemex, Magno, Tolsá, MMC Río Nilo, Gran Plaza, Pabellón, Arboledas
Japón Dir. Carlos Reygadas (México, 2002)	Estreno: 23/mayo/03	Tres semanas en exhibición, sale de cartelera 13/junio/03	Primer semana: Cinemex, Lumiere, Cinemark, Magno, Gran Plaza, Arboledas. Segunda semana: Cinemex, Lumiere. 3 semana: Cinemex, Salas Lux.

Sin ton ni Sonia Dir. Carlos Sama (México, 2003)	Estreno: 13/junio/03	5 semanas en exhibición, sale de cartelera 18/julio/03	Se estrena en todas las salas, así se mantiene hasta la tercer semana se exhibe en: Normal, Tolsá, MMC Río Nilo y en la última semana solo se proyecta en Lumiere.
Sofía Dir. Alan Coton (México, 2002)	Estreno: 18/julio/03	2 semanas en exhibición. Sale de cartelera 1/agosto/03	Primer semana: Arboledas, Magno, Pabellón, G. Plaza, MMC, Lumiere. Segunda semana: Lumiere
Dame tu cuerpo Dir. Rafael Montero (México, 2003)	Estreno: 20/junio/03	7 semanas en exhibición, sale de cartelera 8/agosto/03	Las tres primeras semanas se exhibe en todos los núcleos de cine. A partir de la cuarta semana queda en Cinemex, Lumiere, MMC, Magno (2 salas), Pabellón, G. Plaza, Arboledas, Normal. En la penúltima semana se exhibe en: Cinemex, MMC, Magno. Durante la última semana en MMC Río Nilo.
Corazón de melón Dir. Luis Vélez (México, 2003)	Estreno: 8/agosto/03	6 semanas en exhibición, sale de cartelera el 19/sept./03	Durante las dos primeras semanas se exhibe en todos los núcleos de cine. En la tercer semana sale de Cinemark, Independencia, Sol. 4ª. Semana. Cinemex, Lumiere, MMC, G. Plaza, Arboledas, Normal. 5ª. Semana:Cinemex, Lumiere, G. Plaza, Arboledas, Normal. 6ª. Semana Multicinemas Normal.
Nicotina Dir. Hugo	Estreno: 3/oct/03	10 semanas en exhibición. Sale de cartelera el 12/dic./03	Se estrenó en todos los núcleos de cine, así se mantuvo por tres semanas. La cuarta semana solo se exhibe en Cinemark, 3 primeras semanas se exhibe en todos los núcleos de cine. En la 4ª. Semana queda en: Cinemex, Cinemark, Versalles, MMC, Magno (2 salas), G. Plaza, Pabellón, Arboledas, Normal.

El misterio del Trinidad Dir. José Luis García Agraz. México 2003	Estreno 7/nov./03	4 semanas en exhibición Sale de cartelera 4/dic./03	Se estrenó en todos los núcleos de cine, en su cuarta semana de exhibición sólo se proyectó en Lumiere, Cinemex, Cinemark, MM Cinemas y Centro Magno
Ladies' Night *Dir. Gabriela Tagliavini* México/España 2003	Estreno 12/dic./2003	Sale de cartelera el 23/abril/04 19 semanas en exhibición	Se estrena en todos los núcleos de cine. En Centro Magno Galerias y Gran Plaza se exhibe en 2 salas. En la cuarta semana de exhibición sólo se proyecta en cinemex, Lumiere, MM Cinemas, Pabellón, Normal, Independencia. En Galerias y Centro Magno queda en una sala. Durante sus cuatro últimas semanas se exhibe en Lumiere, Cinemex, MMCinemas (Río Nilo) y Centro Magno en 1 sala.
Las Lloronas *Dir. Lorena Villareal* México 2004	Estreno 23/abril/2004	Sale de cartelera 11/junio/04 7 semanas en exhibición.	Cimemex, MMCinemas, Centro Magno (2 salas), Galerías, Pabellón, Gran Plaza, Arboledas, Tolsá,Normal, Independencia, Sol, Oblatos. En las dos últimas semanas se exhibe sólo en Cinemex, MMCinemas (Río Nilo) e Independencia.
Zapata *Dir. Alfonso Arau* México, 2004.	Estreno 30/abril/04	Sale de cartelera el 4/junio/04 5 semanas en exhibición.	Se estrena en todos los núcleos de cine, en MMCinemas se proyecta en 2 salas, en Galerías 4 salas, en Pabellón 2 salas, en Magno 4 salas, Gran Plaza 3 salas, Arboledas 2 salas. A partir de su tercer semana de proyección queda en los mismos núcleos pero sólo en una sala excepto en Centro Magno y Gran Plaza. En la última semana se exhibe en Cinemas Versalles, Cinemex, Gran Plaza,Pabellón, Multicinemas Independencia y La Normal.
Fantasías *Dir. Jorge Araujo* México, 2004	Estreno 11/junio/04	Sale de cartelera 16/julio/04 5 semanas en exhibición	Se estrena en todos los núcleos de cine, Galerías y Centro Magno la proyecta en 2 salas durante dos semanas de exhibición. A partir de la tercer semana se proyecta en el cine del Centro por 2 semanas. En la última semana sólo se exhibe en MM Cinemas (Río Nilo).
7 mujeres un homosexual y Carlos *Dir. René Bueno* México/EU, 2004.	Estreno 11junio/04	23/julio/04 sale de cartelera. 6 semanas en exhibición.	Estreno en todos los núcleos de cine, se proyecta en tres salas en Pabellón, Galerías, Centro Magno. En su última semana de exhibición se proyecta en Cinemex.

Matando cabos Dir. Alejandro Lozano México, 2004.	Estreno 16/julio/04	Al 19 de agosto lleva 5 semanas en exhibición	Se estrenó en todos los núcleos de cine, duplicando su proyección en Galerías, Gran Plaza, Centro Magno y Pabellón. Cine Versalles. En su tercer y cuarta semana sale de Multicinemas Tolsá, Normal, Oblatos, Idependencia,Sol, Fuentes, Torres, Cinemas Versalles y Lumiere. Sólo queda en Cinepólis, Cinemex y MM Cinemas.

RELACIÓN DE LOS NÚCLEOS DE CINE EN GUADALAJARA

- 166 salas de cine
- 7 no comerciales

Organización Ramírez Cinepólis (Núcleo 1)	
CINES	NÚMERO DE SALAS
Centro Magno	19 salas
Pabellón	12 salas
Gran Plaza	14 salas
Plaza Arboledas	10 salas
Tolsá	5 salas
Organización Ramírez Multicinemas	
La Normal	6 salas
Independencia	6 salas
Sol	6 salas
Oblatos	4 salas
Las Fuentes	3 salas
México	2 salas
Revolución	2 salas
Las Torres	2 salas

Cinemark (Núcleo 2)	
CINES	NÚMERO DE SALAS
Plaza Milenium	12 salas

(Núcleo 3)	
CINES	NÚMERO DE SALAS
Cinemex Guadalajara	14 salas

MM CINEMAS (Núcleo 4)	
CINES	NÚMERO DE SALAS
*Río Nilo	14 salas
*Cordilleras	9 salas

(Núcleo 5)	
CINES	NÚMERO DE SALAS
Cinemas Lumiere	11 salas

CINES CULTURALES INDEPENDIENTES (Núcleo 5)	
CINES	NÚMERO DE SALAS
Cinematógrafo 2 y 3	1 sala
Salas Lux	2 salas
Cine Foro	1 sala
Cabañas	1 sala

CINES INDEPENDIEN TES (NÚCLEO 5)	
Anros	1 sala
Cine del centro	1 sala
Versalles	6 salas
Bosque	2 salas

* Domicilios de MM Cinemas. Se divide en dos núcleos cinematográficos.