

UACM

Universidad Autónoma
de la Ciudad de México

Nada humano me es ajeno

COLEGIO DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y CULTURA

**La representación social del consumidor de tabaco en el cine mexicano
(Un análisis a partir de tres películas: Niñas mal, Matando Cabos y
Después de Lucía)**

TRABAJO RECEPCIONAL

PARA OBTENER EL TÍTULO DE

LICENCIADO EN COMUNICACIÓN Y CULTURA

P R E S E N T A

Dante Antonio Chávez Flores

D I R E C T O R A

Dra. Yolanda Guerra Macías

Ciudad de México, mayo 2019

SISTEMA BIBLIOTECARIO DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE LA CIUDAD DE MÉXICO COORDINACIÓN ACADÉMICA

RESTRICCIONES DE USO PARA LAS TESIS DIGITALES

DERECHOS RESERVADOS[©]

La presente obra y cada uno de sus elementos está protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor; por la Ley de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, así como lo dispuesto por el Estatuto General Orgánico de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México; del mismo modo por lo establecido en el Acuerdo por el cual se aprueba la Norma mediante la que se Modifican, Adicionan y Derogan Diversas Disposiciones del Estatuto Orgánico de la Universidad de la Ciudad de México, aprobado por el Consejo de Gobierno el 29 de enero de 2002, con el objeto de definir las atribuciones de las diferentes unidades que forman la estructura de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México como organismo público autónomo y lo establecido en el Reglamento de Titulación de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México.

Por lo que el uso de su contenido, así como cada una de las partes que lo integran y que están bajo la tutela de la Ley Federal de Derecho de Autor, obliga a quien haga uso de la presente obra a considerar que solo lo realizará si es para fines educativos, académicos, de investigación o informativos y se compromete a citar esta fuente, así como a su autor ó autores. Por lo tanto, queda prohibida su reproducción total o parcial y cualquier uso diferente a los ya mencionados, los cuales serán reclamados por el titular de los derechos y sancionados conforme a la legislación aplicable.

AGRADECIMIENTOS

Todo mi agradecimiento a la Universidad Autónoma de la Ciudad de México (UACM) institución académica que me abrió sus puertas al conocimiento y al aprendizaje, así como por su apoyo para la impresión de este trabajo.

Gracias a mi Madre que ha sido el motor principal e incondicional en mi proceso de crecimiento y superación profesional ya que ha creído en mí brindándome todo su apoyo e impulsando mis sueños para crecer como persona y como profesional.

Así mismo, le agradezco a todas las personas que estuvieron presentes en este largo recorrido; acompañándome, apoyándome y alimentando mis sueños.

Gracias a Dios y a la vida por darme esta gran oportunidad.

Contenido

AGRADECIMIENTOS	1
INTRODUCCIÓN	4
CAPÍTULO I. SITUACIÓN DEL CONSUMO DEL TABACO	9
1.1 Historia del tabaco y del cigarrillo	10
1.2 Industria del tabaco (situación mundial)	11
1.3 Quién fuma más: tendencia entre hombres, mujeres y jóvenes	15
1.4 El tabaquismo en la publicidad en México	16
1.5 Medidas en el consumo del tabaco	19
1.6 México y sus leyes antitabaco	20
1.7 Datos estadísticos de consumidores de tabaco en México	21
1.8 El cine mexicano del siglo XXI	22
1.9 El cine y sus espectadores	23
CAPÍTULO II. ANTECEDENTES	25
2.1 Tabaquismo en el cine	25
2.2 Tabaquismo y medios de comunicación	28
CAPÍTULO III. LA REPRESENTACIÓN SOCIAL COMO EJE CONCEPTUAL	32
3.1 Mead: las representaciones sociales (el interaccionismo simbólico)	32
3.2 Fundamentos teóricos de las representaciones sociales	35
3.3 Las Representaciones Sociales de Serge Moscovici	36
3.4 El cine y su universo de análisis	39
CAPÍTULO IV. METODOLOGÍA	47
4.1 El análisis del discurso	48
4.2 El corpus de análisis	49

4.3 Dimensiones de análisis y categorías de análisis.....	51
4.4 Elementos técnicos del filme	70
ANÁLISIS DE RESULTADOS ENTRE LAS TRES PELÍCULAS.....	94
CONCLUSIONES	97
BIBLIOGRAFÍA	104

INTRODUCCIÓN

En torno a la recomendación emitida que la Organización Mundial de la Salud (OMS) ha realizado acerca del consumo de tabaco, donde, menciona que las películas que contengan escenas de tabaco sean no transmitidas para menores de edad, ya que el tabaco en las películas incita a éstos a fumar a temprana edad, y por ende afectando en la salud de la población mundial, propongo un análisis del discurso, para conocer la representación del consumidor de tabaco en el cine mexicano, donde, a partir de que la OMS diera a conocer dicha recomendación, haciendo alusión sobre el contenido en el cine de la práctica del consumo del tabaco se han llevado a cabo diversas encomiendas por parte de esta institución.

A partir de lo anterior, es importante realizar esta investigación porque a juicio de la OMS el contacto que conlleva espectador con la recepción del medio representa una exposición de la práctica del consumo del tabaco, lo que de acuerdo a esta institución provoca el consumo de este producto, por ello, y de acuerdo con esta, la práctica del consumo del tabaco influye de manera sustancial en el consumo de productos de tabaco a temprana edad, pero en realidad no se conoce cómo es representado el consumidor en dicha práctica.

Las imágenes recreadas y transmitidas en películas, y que, a juicio de la OMS, representan una exposición de dicho consumo del tabaco en menores de edad y en general ante la sociedad, repercute en la salud pública, para ello es necesario dicha investigación para así sustentar dicha práctica nociva. Por ello, es necesario realizar el análisis de algunos filmes para conocer las características que persuaden al espectador al consumo del tabaco.

Por ende, el presente trabajo de investigación presenta un análisis cinematográfico del material fílmico que representa en escenas el acto de fumar, donde dicho acto es considerado nocivo para la OMS, por lo cual, hace la recomendación a clasificar para adultos las películas que contengan dicho evento y así continuar con la transmisión del material audiovisual.

Esta investigación está planteada para realizar un análisis del discurso fílmico de las películas *Niñas mal*, *Matando Cabos* y *Después de Lucia*, y ello permitirá aportar información acerca del uso de los medios de comunicación y conocer cómo se plantea la representación de dicho hábito de consumo, que

de acuerdo con la OMS afecta y mata anualmente a más de 6 millones de personas (OMS: 2016), pero sobre todo aportará datos sobre el contenido y comportamiento de la representación de dichos hábitos de consumo sobre el tabaco en un contexto de cambio total en el que México ha reformado sus leyes en torno a esta práctica nociva.

Ello tomando en cuenta, que desde el comienzo del periodo de reformas de salud en el año 2000 hasta hoy en día existen campañas de salud que posibilitan el control del consumo del tabaco en México, para así conocer si esto tendrá que ver con lo planteado por la OMS en su recomendación difundida en su portal.

Se dice que el cine es una fuente importante de discursos audiovisuales, a partir de los cuales se pueden recrear situaciones sociales, económicas, políticas y culturales del mundo entero: guerras, desastres naturales, narcotráfico, prácticas y costumbres de la sociedad, etcétera. Cada una de estas situaciones son presentadas en las pantallas y llegan, día a día, a millones de personas, quienes, según el estudio *Películas sin tabaco: de la evidencia a la acción* (OMS: 2016), pueden, mediante diversas prácticas, reproducirlas y representarlas en su cotidianidad.

El punto se trae a colación porque precisamente esta es la base a partir de la cual, en el año 2016, la OMS declaró que las películas con escenas de consumo de tabaco han inducido a millones de jóvenes del mundo entero a empezar a fumar y, además, sugirió a la industria del cine varias medidas para evitarlo, entre ellas: “que las películas con cigarrillos pasen a ser no recomendadas para menores; la desaparición de marcas de tabaco en la pantalla; anuncios anti-humo que precedan la proyección; y una certificación en los títulos de crédito que deje claro que la obra no ha sido financiada por la industria del tabaco” (OMS: 2016).

Y es que, según datos de la OMS, el consumo de tabaco inducido en gran medida por el cine, “mata cada año a seis millones de personas y hasta a la mitad de sus consumidores” (OMS: 2016).

La OMS insta a los gobiernos a que las películas con escenas de consumo de tabaco sean objetos de una clasificación, a fin de evitar que los niños y los adolescentes comiencen a fumar cigarrillos y consumir otro tipo de sustancias.

Sobre lo anterior, cabe mencionar que la Organización Mundial de la Salud (OMS), autoridad directiva y coordinadora en asuntos de Sanidad Internacional en la Organización de las Naciones Unidas (ONU), estableció, desde el 7 de abril de 1948 (fecha en se conmemoró el día mundial de la salud), que las imágenes expuestas en películas donde se representa la práctica del consumo del tabaco tienden a ser imitadas como prácticas nocivas contra la salud.

Pero más allá de la recepción del medio y de la influencia que las imágenes puedan tener entre sus espectadores, es relevante analizar el contenido de estas películas en cuanto a la práctica del consumo de tabaco, ya que sólo así se podrá conocer a ciencia cierta la situación de esta práctica en el cine según su contexto.

A partir de lo anterior se generan las siguientes preguntas de investigación con el objetivo de responder cómo se representa al consumidor de tabaco en el cine mexicano, donde el objetivo general es: Analizar la representación social del consumidor de tabaco en el cine mexicano a partir de tres películas mexicanas: *Niñas mal*, *Matando Cabos* y *Después de Lucía*.

Para comenzar se plantea la siguiente pregunta general: ¿Cuál es la representación social del consumidor de tabaco en el cine mexicano a partir del análisis de tres películas mexicanas? Para después responder las siguientes preguntas particulares: ¿En qué situaciones aparecen los fumadores? ¿Cuáles son las emociones que representan los fumadores? ¿Cuáles son los movimientos corporales que realizan los individuos en el acto de fumar? ¿Qué discurso utilizan los fumadores en las escenas donde están fumando? ¿Qué roles juegan los personajes que hacen uso del tabaco? y ¿Qué simbolismos se manejan en las escenas?

Estableciendo como objetivos particulares: Describir las situaciones en las que aparecen los fumadores, identificar las emociones que representan los fumadores, analizar los movimientos corporales que realizan los individuos en el acto de fumar, conocer el discurso que utilizan los fumadores, analizar los roles que juegan los personajes que hacen uso del tabaco y describir los simbolismos que se manejan en las escenas.

Todo ello, partiendo del supuesto de que el cine mexicano fomenta la práctica del consumo del tabaco a través de asociaciones positiva entre el

hábito de fumar, éxito/felicidad y el glamour de una persona para crear estereotipos.

De este modo se genera una serie de apartados metodológicos como es el caso del estado del arte donde se encuentran las investigaciones que anteceden a este tema como son: trabajos científicos, periodísticos y académicos, no obstante, ello ha abierto el camino para conocer esta problemática de salud pública y así tomar las medidas necesarias con respecto al tema.

Siendo así, este apartado está dividido en dos líneas de investigación para conocer y adentrarnos a fondo en el tema del consumo de tabaco en el cine, centrándose en dos temáticas “tabaquismo y cine por un lado y tabaquismo y medios de comunicación por otro”.

Posteriormente el marco teórico con el que sustento esta investigación esta dado a partir de un análisis que centra su mirada en la representación social del consumidor de tabaco en el cine mexicano, a partir de las teorías de *La representación social* de Serge Moscovici, donde abordo las teorías necesarias para plantear los parámetros que sirvan como eje conceptual sobre los que voy a apoyar esta investigación. Otra de las teorías que utilizaré es *La interacción simbólica* propuesta por Mead dado que en esta teoría intervienen diferentes conceptos que son necesarios para el estudio de la Interacción simbólica. Para finalizar mencionaré los conceptos propuestos por Christian Metz en el estudio realizado sobre a *La gran sintagmática del film narrativo*, la cual proporciona los elementos categóricos para la realización del análisis.

En lo que corresponde al apartado metodológico, en este, me propongo hacer uso de la metodología cualitativa de recolección de datos, para así conocer la importancia y sus hallazgos mediante el uso de sus herramientas metodológicas. Por ende, se hace el uso de la técnica del análisis del discurso, siendo la principal herramienta con la que se pretende realizar el analisis análisis partiendo de su campo de estudio.

A partir de ello se generará un analisis de las escenas en las películas seleccionadas para asi conocerlas y realizar una comparativa entre las tres películas.

Para finalizar, la intención de este proyecto de investigación se basa en la idea de generar reflexiones sobre el papel que juegan los medios masivos de

comunicación, en este caso el cine, en asuntos concernientes al tema de salud como lo es el tabaco. Así pues, se trata de dejar una serie de reflexiones sobre el que hacer mediático frente a las situaciones que nos acontecen día a día.

CAPÍTULO I. SITUACIÓN DEL CONSUMO DEL TABACO

Hoy en día el tabaco es un producto que se comercializa y se vende de manera cotidiana en esquinas, en tiendas comerciales y locales, ello sin ningún tipo de restricción a menores de edad, pero sí con imágenes de advertencia sobre afecciones que este tipo de productos puede producir a la salud.

Como ya se conoce, este producto contiene diferentes sustancias nocivas que repercuten en el estado de salud de los consumidores, pero, el origen de este producto se remonta a unos 8,000 años, por lo que es importante conocer más acerca de sus orígenes y cómo era utilizado por otras culturas. Por lo que en este capítulo hablo sobre los antecedentes históricos y contexto del tabaco, ya que es importante conocer el origen de este producto que hoy en día se consume de manera habitual, pero que en realidad fue concebido con otro tipo de propósitos y sus propiedades tenían otra significación, así mismo planteo cómo es la situación de la industria del tabaco, cómo ha crecido, se ha mantenido y ha sobrevivido a nivel mundial en los últimos años.

Por otro lado, doy a conocer cifras de fumadores entre hombres, mujeres y jóvenes para conocer quienes son los más propensos al consumo de este producto. A demás, mencionaré el tema del tabaquismo en la publicidad en México ya que a lo largo de las décadas el lenguaje publicitario ha ido cambiando en cuestiones de consumo de tabaco, donde a partir de 1912 se anuncian algunas marcas.

Después señalaré las leyes que México ha establecido contra el consumo de tabaco en lugares cerrados con el fin de erradicar el consumo de este producto y por último cómo a partir del siglo XXI el cine nacional se ha consolidado con nuevas propuestas cinematográficas; haciendo uso de nuevas temáticas de interés social, político, religioso, sexual, etcétera; es decir, propuestas sociales que se enmarcan en la solides de situaciones más cercanas a la realidad social y contextual del país.

1.1 Historia del tabaco y del cigarrillo

La planta del tabaco tiene su origen en la América prehispánica, se comenzó a emplear por los nativos de esta región. “El nombre con el que se le conocía a este producto es caoba, cohiba o cojiba” (Yanis y Annetta, s.f. pág. 1). Para los nativos americanos quemar las hojas del tabaco y respirar el humo tenía grandes propiedades, por ejemplo en ámbitos como lo curativo y en lo que se refiere a entablar un vínculo con sus deidades. De esta manera, el tabaco no solo se respiraba, sino que ya se comenzaba a ingerir de diferentes maneras, entre ellas, fumándolo en rollos extendidos por un extremo, mascándolo, aspirándolo en forma de polvo fino, así como bebiéndolo en infusiones.

Para los mayas por ejemplo el acto de fumar representaba un acercamiento a los dioses, ya que no solo fumaban los hombres sino que también estos consideraban que lo hacían sus deidades, por ejemplo, “este pueblo creía que las estrellas fugaces no eran más que colillas de tabaco tirada por los dioses” (Yanis y Annetta, s.f. pág.2)

Así mismo, en otra de las culturas ancestrales de la América prehispánica como lo fueron los aztecas, era común usar el tabaco como medicina casi general, estos trataban diferentes tipos de afecciones como por ejemplo el asma, la fiebre, las convulsiones, heridas causadas por los animales, picaduras de animales ponzoñosos, infecciones intestinales, oculares y dérmicas. “Al masticar el tabaco creían mitigaban el cansancio, dolor de muelas y de parto” (Yanis y Annetta, s.f. pág.2)

En otras regiones tales como en América del norte otros pueblos como los Pieles rojas realizaban el acto de fumar, ello, mediante la quema de hojas de tabaco que ya fumaban en pipas, “este era un acto única y exclusivamente realizado por el género masculino y que así mismo desencadenó en rituales como el “Calumet” para así llamar a este ritual “fumar la pipa de la paz” que en la actualidad es representada en el cine “Western” (Yanis y Annetta, s.f. pág.3).

Con el tiempo, una vez llegada la introducción del sistema comercial entre América y Europa el tabaco es exportado por los colonizadores españoles al viejo mundo, los cuales dieron a conocer este producto, para así lucrar con él y producirlo en grandes masas; es así como se inicia la comercialización de

uno de los productos más importantes a nivel mundial y que trae consigo una serie de repercusiones de salud a nivel mundial.

Para ello, se comenzó el cultivo de la planta de tabaco, que es cosechada en España “bajo el cargo del rey Felipe II, posteriormente la siembra de este producto se llevó a cabo por don Francisco de Hernández el cual sembró las plantas de tabaco en su cigarral (nombre que se les daba a las huertas en España meridional debido a la abundancia de cigarras durante el verano)” (Yanis y Annetta, s.f. pág. 3) y así derivó a el nombre de cigarro, que fue decisivo para nombrar a este producto a nivel mundial.

Fue así, como a partir de esta exportación de América a España se planteó la idea del cigarro como producto comercializable, ello derivó a la exportación en diversas zonas de Europa tale como Francia “cigarretes” donde se pusieron de moda en los salones elegantes de París y posteriormente en Londres” (Yanis y Annetta, s.f. pág.4)

1.2 Industria del tabaco (situación mundial)

En la actualidad la industria tabaquera juega un papel importante en el desarrollo del producto de cigarrillos, procesos tan importantes como lo son el cultivo, la transformación y la comercialización del tabaco son elementos sustanciales para el crecimiento, exportación y consumo de este producto. A partir del siglo XXI de acuerdo con el atlas del tabaco 2002 se menciona que “a nivel mundial cada año, más de quinientos mil millones de cigarrillos son manufacturados, siendo China el fabricante más grande de cigarrillos, seguida de los EEUU. La producción china de cigarrillos se incrementó desde 225.000 millones al año en 1960 a 1.700.000 millones en 1995, un aumento de 7 veces”. (Atlas del tabaco, 2002), así mismo, se estima que:

El valor económico de los productos del tabaco es inmenso, totalizando cientos de miles de millones de dólares cada año. Muy poca parte de este dinero es gastada en el tabaco en sí. La mayor es gastada en papel, filtros y el empaquetado el tabaco. Cerca de 2 millones de personas están empleadas en la manufacturación del tabaco, dos tercios de las cuales trabajan en China, India e Indonesia, donde de acuerdo con el

Atlas de tabaco 2002 la pérdida de empleos que resultase de una reducción del consumo de tabaco se estima sería muy pequeña. Los avances tecnológicos en cultivo y manufacturación tienen un mayor impacto en la reducción de empleos que los esfuerzos por el control del tabaco (Atlas del tabaco, 2002).

De acuerdo al atlas del tabaco 2002 los químicos que son incorporados para la fabricación de los cigarros son agregados al tabaco durante la manufacturación de los cigarrillos. “Los aditivos hacen que el humo se inhale más fácilmente y penetre en los pulmones, permitiendo que menos tabaco sea utilizado en cada cigarrillo” (Atlas del tabaco, 2002). Los cigarrillos de hoy son un producto altamente tecnificado y exquisitamente diseñado, para "dispensar dosis de nicotina" (Atlas del tabaco, 2002). Además de utilizar menos tabaco por cigarrillo, la composición del propio cigarrillo es también cambiante. Los fabricantes están utilizando, cada vez más, tabaco reconstituido, lo cual hace más fácil el utilizar químicos e incluir tallos y polvo de hoja de tabaco, que habrían sido descartados en otros tiempos, convirtiéndose en un producto altamente toxico, y el cual hasta la fecha es el único producto nocivo que se vende sin restricciones.

En el mundo, de acuerdo con el Atlas de tabaco 2002 las compañías tabacaleras tales como Philip Morris es la compañía trasnacional más grande del mundo, cuya marca “Marlboro es la más vendida a nivel mundial, teniendo por ejemplo altísimas ventas en 1999, por más de 47.000 millones de dólares” (Atlas del tabaco, 2002) Sin embargo, si se excluye el mercado doméstico norteamericano, British American Tobacco (BAT) vende la mayor cantidad de cigarrillos a nivel mundial, y tiene la red más grande en la mayoría de los países. “La industria del tabaco es la mezcla de algunas de las más poderosas compañías comerciales trasnacionales del mundo” (Atlas del tabaco, 2002).

Las tabacaleras, que frecuentemente son productos de fusión, poseen otras enormes industrias y participan de una intrincada variedad de concesiones. Se estima por ejemplo que:

Los monopolios comerciales del tabaco, han venido declinando desde los 80s. Cerca de 7.000 medianas a grandes empresas pertenecientes al estado han sido privatizadas en los 80s, y más de 60.000 en los 90s, luego del

colapso de la ex Unión Soviética. Desde los finales de la década de los 90s, el Fondo Monetario Internacional (FMI) ha presionado a países como Corea, Moldavia, Tailandia y Turquía para que privaticen sus monopolios estatales del tabaco, como una condición para obtener préstamos. Los restantes monopolios combinados, representan el 40% del consumo total a nivel mundial. Desde principios de la década de los 90s, las tabacaleras han incrementado masivamente su capacidad de manufacturación en los países en desarrollo y en el Este de Europa. En forma creciente, estos países a los cuales una vez los países ricos les exportaron la "muerte y enfermedad", están fabricando a nivel local. "Nosotros vemos la apertura de los nuevos mercados en Asia Central y en la Comunidad (Atlas del tabaco, 2002).

En la actualidad, diversas marcas de cigarros tiene numerosas estrategias de ventas, entre ellas, se pretende que el consumidor de este producto tenga la necesidad de consumo, así mismo, en el caso de los consumidores del género masculino el consumo de tabaco ha sido presentado por sus vendedores como "un hábito masculino, asociado a la salud, felicidad, el estar en forma, bienestar, poder y éxito sexual, aunque en realidad el mismo conduce a enfermedades, muerte prematura y problemas sexuales (Atlas del tabaco, 2002).

En este sentido, se estima que:

Mil millones de hombres fuman en el mundo cerca de 35% de los hombres en países desarrollador y 50% en los países en desarrollo. Las tendencias, tanto en países desarrollados como en vías de desarrollo, muestran que las tasas de consumo de tabaco en el hombre han alcanzado ya su pico máximo y lentamente, pero en forma segura, están disminuyendo. Sin embargo, esta es una tendencia extremadamente lenta, en el curso de décadas, y mientras tanto los hombres siguen muriendo a millones a causa del tabaco (Atlas del tabaco, 2002).

Por consiguiente, el hombre educado abandona el hábito primero, por lo que el fumar se está transformando en un hábito de los hombres pobres y menos educados. China merece especial atención debido a la enormidad del problema, donde se estima que "más de 300 millones de hombres fumadores, un enorme mercado es, de acuerdo con Philip Morris, el más importante objetivo en la perspectiva actual" (Atlas del tabaco, 2002).

Siguiendo esta línea de investigación, en el caso de las mujeres “cerca de 250 millones de mujeres en el mundo, son consumidoras diarias de tabaco. Aproximadamente 22% de las mujeres en los países desarrollados y 9 % en los países en vías de desarrollo, fuman” (Atlas del tabaco, 2002). Así mismo, muchas mujeres en el sudeste asiático, mastican tabaco. El consumo de tabaco está disminuyendo en muchos países desarrollados, notablemente en Australia, Canadá, Reino Unido y en EEUU, pero esta tendencia no es observada en todos los países desarrollados. En muchos países del sur, centro y este de Europa, por ejemplo el tabaquismo en la mujer está en constante variable ya que todavía no se sabe a ciencia cierta si este consumo está creciendo o no ya que no ha mostrado ninguna disminución.

Tomando el caso de las mujeres la industria tabacalera promueve los cigarrillos entre estas utilizando una seductora, pero falsa, imagen de vitalidad, delgadez, modernidad, emancipación, sofisticación y atractivo sexual. Aunque en realidad, fumar causa enfermedad y muerte.

La industria del tabaco ha producido actualmente, un rango de marcas orientadas a la mujer. Las más notables son las características que presentan para el mercado femenino “estos cigarrillos feminizados son largos, extra delgados, con bajo contenido en alquitrán, presentados como suaves, o mentolados” (Atlas del tabaco, 2002),

Por último, un sector bastante vulnerable al consumo del tabaco son los jóvenes. La abrumadora mayoría de los fumadores comienza a hacer uso de este hábito antes de alcanzar la adultez. Entre aquellos jóvenes que fuman “casi un cuarto ha fumado su primer cigarrillo antes de los 10 años de edad” (Atlas del tabaco, 2002). Muchos factores incrementan el riesgo de consumir tabaco a temprana edad, estos se manifiestan en:

La publicidad y promoción de la industria del tabaco, el fácil acceso a los productos, los bajos precios, la presión de los padres sobre los hijos juega un importante papel a través del consumo de tabaco de amigos y compañeros. Otros factores de riesgo asociados con el consumo de tabaco incluyen tener una baja autoimagen con respecto a sus pares, y percibir que el consumo de tabaco es normal o está en onda (Atlas del tabaco, 2002).

1.3 Quién fuma más: tendencia entre hombres, mujeres y jóvenes

Nuevos estudios realizados en el año 2009 toman como referencia la cantidad de fumadores a nivel mundial, esto dado a partir de categorías como lo son sexo y edad, donde hombres, mujeres y jóvenes son categorizados con el fin de conocer el porcentaje de fumadores a partir de esa fecha.

Para ello el Atlas del tabaco 3ra edición considera que los hombres siguen viendo el hábito de fumar como un acto relacionado con la salud, la felicidad, el buen estado físico, la riqueza, el poder y la virilidad, por ello, “Casi mil millones de hombres fuman en el mundo, cerca del 35 por ciento de los hombres en países de altos recursos, y el 50 por ciento de los hombres en países en vías de desarrollo” (Atlas del tabaco 3ra edición, 2009). En la actualidad, el índice de tabaquismo en los hombres ha llegado a su cumbre, y las tendencias en países de bajos y medios recursos indican una disminución lenta pero segura. Sin embargo, esta tendencia extremadamente lenta está avanzando a través de las décadas mientras, en el ínterin, “el tabaco está matando cerca de 5 millones de hombres por año” (Atlas del tabaco 3ra edición, 2009)

En el caso de las mujeres, el hábito de fumar se sigue viendo por medio de imágenes seductoras, pero falsas, de vitalidad, esbeltez, emancipación, refinamiento y atractivo sexual.

Por ello, “aproximadamente 250 millones de mujeres alrededor del mundo fuman a diario; el 22 por ciento de estas mujeres viven en países de altos recursos y el 9 por ciento de ellas habitan en países de recursos medios y bajos” (Atlas del tabaco 3ra edición: 2009).

Por último, las diferencias en los índices de tabaquismo entre jóvenes varones y mujeres no son tan grandes como se esperaría.

Los varones jóvenes tienen una mayor probabilidad de fumar que las mujeres jóvenes, pero en casi un 60 por ciento de los países cubiertos por la Encuesta Mundial sobre el Tabaquismo en Jóvenes (Global Youth Tobacco Survey, GYTS), no hubo una diferencia significativa en los índices de tabaquismo entre chicos y chicas (Atlas del tabaco 3ra edición: 2009).

Esto nos da un panorama general sobre el consumo de tabaco a nivel mundial, en este sentido los recursos publicitarios con los que el tabaco cuenta son estrategias publicitarias que se extiende a nivel mundial y que a continuación se presentan.

1.4 El tabaquismo en la publicidad en México

A lo largo de las décadas el lenguaje publicitario ha ido cambiando en cuestiones de consumo de tabaco, por ejemplo, en México la publicidad de cigarrillos en el año 1912 anunciaban así algunas de sus marcas:

“Fábrica de cigarrillos el buen tono “higiene absoluta”, “no hay más allá”, “Rusos Excelentes cigarros, lujosísima envoltura 18 cigarros por 20 centavos” y así mismo una más de las estrategias de venta se ve producida por “SOBERBIOS exquisitos cigarros papel arroz rayado, incomparable tabaco mexicano (semilla Maryland), 10 centavos cajetilla de 20 cigarros” (la publicidad del cigarrillo vencedora de campañas en contra en México un siglo de eficacia, 1990).

Es así, como se da inicio a una serie de estrategias de mercado de publicidad en las ventas del consumo de tabaco en México, siendo a partir del siglo XX donde se hace uso de la relación del tabaco con el éxito de una persona con el fin de que este consuma el producto.

Para mediados del siglo XX se menciona en la publicidad un ejemplo claro como lo son los productos el águila con sus cigarrillos Monte Carlo publicándolos como:

Una pausa que renueva sus bríos, qué ocupación por importante que sea, qué pasa tiempo por ameno que resulte, no interrumpe usted su día a día para conocer Monte Carlo encontrará usted el sedante para el desgaste de sus nervios, son como una pausa, un paréntesis, una como en la regla cotidiana. (La publicidad del cigarrillo vencedora de campañas en contra en México un siglo de eficacia, 1990).

Sin duda alguna, ya para los años setenta el bum de los comerciales a color trajo consigo una serie de publicidad mediática, donde por ejemplo se incluye la revista *Life* en español donde se podían leer anuncios “aquí está el nuevo y gran cigarrillo norteamericano cuyo nombre es garantía del buen sabor:

Philip Morris filter una promesa de sabor, El nuevo Philip Morris filter le ofrece el rico y delicioso sabor que solo tiene el buen tabaco norteamericano más un ingrediente muy especial: la calidad Philip Morris usted disfrutara su sabor natural a través de un filtro con boquilla de gránulos de carbón que es siempre fresco, nunca sin gusto, protegido por el más moderno tipo de empaque que se fabrica hoy: el lujoso Export Pack, encienda uno. El nuevo Philip Morris Filter le asegura ese sabor único (La publicidad del cigarrillo vencedora de campañas en contra en México un siglo de eficacia, 1990).

Posteriormente, la marca de moda (Raleigh, el cigarro) surgió con un eslogan como “El tapado fumas elegantes” (La publicidad del cigarrillo vencedora de campañas en contra en México un siglo de eficacia, 1990), otras marcas surgieron y se dirigieron a diferentes tipos de públicos como es el caso de:

“EVE, el cigarrillo para mujeres”. Otras marcas más se pronunciaron con eslóganes como “con este calor, ya ni fumar se antoja, cambie a la frescura de Salem. Viceroy el cigarro internacional. ¿Por qué fumas Baronet? Porque me gustan. ” (La publicidad del cigarrillo vencedora de campañas en contra en México un siglo de eficacia, 1990).

Ya para mediados del siglo XXI las autoridades sanitarias obligaron a los fabricantes de cigarros mexicanos a colocar en las cajetillas en forma visible el letrero “este producto es nocivo para la salud” (la publicidad del cigarrillo vencedora de campañas en contra en México un siglo de eficacia, 1990) siendo ésta una de las principales normas que se establecieron y reglamentaron el consumo de tabaco con medidas de salud para los consumidores.

Actualmente se tiene referencia de la estrategia publicitaria del tabaco, así como las repercusiones que este produce en los consumidores de este producto, por ello, la Secretaría de Salud reglamenta la situación del consumo de tabaco, esta incorpora en sus cajetilla una serie de imágenes de los

estratos que puede causar el consumo de tabaco en el organismo de quien lo consume, por ello, a nivel mundial se está llevando a cabo una serie de reglamentaciones como lo son la introducción de imágenes gráficas en las cajetillas de cigarros.

La organización mundial de la Salud (OMS) es una de las instituciones que en su caso promueve la participación y la incorporación de estas imágenes donde por ejemplo “Una nueva colección de imágenes comisionada por la OMS para países africanos comprende desde referencias a la impotencia a ilustraciones gráficas impactantes, como la foto de un hombre con un enorme tumor en la boca, o un feto en una toalla tras un aborto espontáneo.” (¿Sirven las horribles imágenes en las cajetillas de cigarrillos para dejar de fumar? 2014).

En este sentido se tiene numerosos reportes de lo que las imágenes gráficas expuestas en las cajetillas de cigarrillos pueden llegar a producir, lo que se busca es sensibilizar a los consumidores de tabaco a abandonar el consumo del producto, ello mediante una serie de estrategias producidas para la recopilación de estas imágenes que pueden llegar a ser agresivas o grotescas para los consumidores. Por ejemplo, se tiene que:

La idea es asustar a los fumadores, hacerlos repensar su adicción, dijo a la BBC Rebecca Perl, de la World Lung Foundation, la organización encargada por la OMS de elegir las imágenes. David Hammond de la Universidad de Waterloo en Canadá dice que a veces las imágenes más poderosas son las que cuenta una persona en particular. El fumador ya no siente que el gobierno le ataca o pregona, aquí hay una persona real contando qué le ocurrió. Un caso famoso en Canadá es el de Barb Tarbox, una exmodelo que falleció a los 42 años por un cáncer cerebral y de pulmón. En los últimos meses antes de su muerte dio numerosas charlas en escuelas y permitió que su imagen fuera usada en los paquetes de cigarrillos (¿Sirven las horribles imágenes en las cajetillas de cigarrillos para dejar de fumar? 2014)

También, el artículo La publicidad del tabaco y los jóvenes, (2008) muestra cómo se sigue realizando publicidad de cigarrillos en diferentes puntos donde el impacto sobre jóvenes es cuantioso:

Se realizan publicidades en tiendas de venta al público, con demasiados

anuncios de carteles y avisos de gran tamaño, visible desde afuera de las tiendas, cerca de las escuelas y lugares de recreación.

Patrocinan escuelas, programas escolares eventos escolares especiales, exhiben publicidad de cigarrillos a la altura de los ojos de los niños, colocan publicidades en las revistas más populares para jóvenes, patrocinan deportes, como el futbol y el cricket, que atraen admiradores jóvenes, colocan publicidades en las grandes escuelas utilizando grandes carteles que exhiban atractivas imágenes sobre el consumo del tabaco, exhiben sus productos en películas destacadas para la industria juvenil y desarrollan programas de prevención contraproducentes contra el consumo de tabaco en los jóvenes que, en realidad alientan al consumo (La publicidad del tabaco y los jóvenes, 2008).

1.5 Medidas en el consumo del tabaco

Es bien sabido que las empresas tabacaleras deben atraer anualmente a un público que garantice la supervivencia de las empresas encargadas de la producción de este producto, esto se realiza por medio de diversas campañas publicitarias que día a día llegan a los consumidores nuevos o con el fin de reforzar a los ya establecidos. Pero qué pasa con el Convenio Marco para el control del tabaco (FCTC), donde el artículo 13 de dicho convenio exige a los países miembros que las partes implementen la prohibición integral de la publicidad y la prohibición y patrocinio de esta sustancia.

Del mismo modo, las medidas que se llevan a cabo para la prohibición de la publicidad, la promoción y el patrocinio del tabaco para un sector sumamente vulnerable como lo son los jóvenes propicia que estos sean vulnerables a la publicidad de este producto.

Por ello, se plantean una serie de propuestas que de acuerdo con el artículo La publicidad del tabaco y los jóvenes (2008), deben ser llevadas a cabo para contrarrestar los efectos del consumo del tabaco propiciado por la publicidad

La publicidad, la promoción y el patrocinio del tabaco incitan a los jóvenes a consumir tabaco, alientan a los fumadores a consumir más y disminuyen la motivación de los fumadores para dejar el hábito.

Las reglamentaciones voluntarias no son efectivas ya que la industria

tabacalera a menudo no las cumple, donde las prohibiciones parciales prácticamente no tienen efecto en el consumo del tabaco.

Sólo una prohibición integral, cuyo cumplimiento se exija, de la publicidad, la promoción y el patrocinio reducirá el consumo del tabaco, especialmente entre los jóvenes.

Todos los países deben respetar el artículo 13 del FCTC y adoptar las prohibiciones integrales de la publicidad, la promoción y el patrocinio del tabaco (La publicidad del tabaco y los jóvenes, 2008). A partir de lo anterior México se pronuncia en contra del consumo del tabaco en diferentes áreas que pueden afectar a los no consumidores de este producto y en a partir de inicios del siglo XXI que toma medidas contra esta problemática.

1.6 México y sus leyes antitabaco

A principios del siglo XXI, México se ha propuesto a favor de una postura en contra del tabaquismo. Esto se deja ver a partir de una serie de normas legislativas, donde determina gran cantidad de reglamentaciones en contra de la práctica del consumo del tabaco en lugares cerrados, con ello pretende reglamentar y sanear la salud pública, ello se puede observar a partir de una serie de propuestas establecidas a nivel federal y local, donde se ponen en marcha planes para erradicar el consumo de tabaco en lugares cerrados que afecten la salud y bienestar de los individuos.

A partir del año 2000 en México se decretaron una serie de regulaciones a las leyes antitabaco, por ejemplo, la modificación a la fracción 11 del art. 188 de la ley general de salud donde se estableció el deber de orientar a la población para que se abstenga de fumar en instancias como son: en el interior de edificios públicos propiedad del Gobierno Federal. Es así como a inicios del siglo XXI entra en vigor una serie de normas que regularán el consumo de tabaco en el país.

A demás de lo establecido por la Ley general de salud atendiendo a esta problemática, se continuó con las medidas y normas necesarias para el control del consumo del tabaco en los años siguientes, donde a partir del año 2001 se dan a conocer programas de salud como: “Programa contra el tabaquismo”, en 2002, “Escuelas libres de humo del tabaco”, en 2004, se obliga

entre otras cosas a no fumar en el transporte público, locales cerrados, espacios de atención como bancos, oficinas de gobierno, comerciales o de servicios, auditorios, bibliotecas, instituciones médicas o de enseñanza y asigna el 40% de las mesas de los restaurantes y bares como zonas de no fumar, así como un número determinado de habitaciones de hotel.

Posteriormente las propuestas y sin dejar de lado la problemática del consumo del tabaco, en el año 2007, se conmemoró el día internacional para no fumar expresado por la Organización Mundial de la Salud (OMS) que se celebra el 31 de mayo siendo a partir de esa fecha que México plantea una serie de propuestas que guiarían en materia de salud los siguientes años, donde ya existen leyes a proponerse en la cámara de diputados y senadores para la protección de la salud.

En la actualidad, existen dos leyes vigentes contra el consumo del tabaco en México, la ley antitabaco del Distrito federal que se encuentra vigente a partir de abril de 2008 y la ley antitabaco de México a nivel federal vigente desde julio de 2009.

Igualmente, es importante conocer los datos estadísticos a nivel nacional, ya que estos nos brindan un panorama más extenso sobre la problemática del consumo del tabaco. A continuación, se presenta dichos datos.

1.7 Datos estadísticos de consumidores de tabaco en México

En México, de acuerdo con la Encuesta Nacional de Salud y Nutrición 2012 el total de consumidores de tabaco a partir del siglo XXI presenta las siguientes características.

“El total de adolescentes que consumen tabaco para los años 2000, 2006 y 2012 fue de 9.7, 7.6, y 9.2% respectivamente. Entre los años 2000 y 2012 no se observa un cambio estadísticamente significativo. En los hombres se observa un ligero descenso (14.5% en 2000, 10.8% en 2006 y 12.3% en 2012) y en las mujeres ha permanecido estable (5.0% en 2000, 4.3% en 2006 y 6.0% en 2012) (Encuesta Nacional de Salud y Nutrición: 2012).

En los adultos el consumo de tabaco de acuerdo con la misma encuesta reveló que: “(...) entre los años 2000 y 2012 se observa una ligera reducción en

el porcentaje total de adultos que consumen tabaco de 22.3, 19.0 y 19.9% en los años 2000, 2006 y 2012, respectivamente. Entre los hombres se observa una reducción de (35.8% en 2006, 9.55 en 2006, y 9.9% en 2012)” (Encuesta Nacional de Salud y Nutrición: 2012).

En este sentido, de acuerdo con la Encuesta Nacional de Salud y Nutrición (2012) las acciones y medidas que se plantean contra el uso del tabaco son las siguientes.

- Monitorear la epidemia del tabaquismo a través de la implementación del observatorio mexicano para el control del tabaco
- Proteger de la exposición al humo del tabaco ajeno, impulsando una legislación federal para que México sea 100% libre del consumo de tabaco. Reforzar el monitoreo y la vigilancia del cumplimiento de las legislaciones locales ya existentes
- Ofrecer ayuda para dejar de fumar que incluya tratamiento psicoterapéutico y farmacológico, Implementar programas de cesación de tabaquismo en las instituciones de seguridad social (IMSS, ISSSTE Y Seguro Popular.
- Advertir sobre los daños a la salud, implementando las directrices de empaquetado y etiquetado de todos los productos de tabaco, y buscar a mediano plazo, la adopción del empaquetado genérico.
- Prohibir totalmente la publicidad, promoción y patrocinio de los productos de tabaco. (Encuesta Nacional de Salud y Nutrición 2012)

Siendo éste último punto, quizá el más importante para la implementación de las regulaciones a los contenidos con dicha temática que propone la OMS, para el cuidado y bienestar de la salud pública con respecto a la práctica del consumo de tabaco.

Hasta aquí he tratado la problemática del tabaco a nivel nacional e internacional, por lo que corresponde hablar del cine mexicano el cual tomaré como referencia del siglo XXI; por lo que el siguiente subtema trae consigo la información correspondiente a éste.

1.8 El cine mexicano del siglo XXI

En el siglo XXI el cine nacional se ha consolidado con nuevas temáticas de

interés social, político, religioso, sexual, etcétera; es decir, propuestas sociales que se enmarcan en la solidez de temáticas más cercanas a la realidad social y contextual del país, y del mundo entero, y donde estas se ven reflejadas en los filmes de la última década, reforzándose así el nuevo cine nacional.

Del mismo modo, esta nueva visión de la realidad social se ha tratado en filmes tan renombrados y premiados a nivel nacional e internacional, es decir, posicionando al cine mexicano como un referente que trae consigo una serie de premios y reconocimientos.

Es así que se habla, el nuevo cine mexicano está representado por dos películas que han marcado y dirigido el nuevo rumbo, así como la visión de determinados sectores poblacionales en el país, este es el caso de *Amores Perros* dirigida por Alejandro Gonzales Iñárritu e *Y tu Mamá también* dirigida por Alfonso Cuarón Estrada las en los años 2000 y 2001. “La primera participando en festivales de cine internacionales como Cannes, nominación al Oscar como mejor película de habla no inglesa, así como al Globo de oro en la misma categoría. En México siendo ganadora al premio Ariel en las categorías de mejor película y mejor director” (Nuevo cine mexicano, 2017).

Por otra parte, el segundo filme galardonado de igual manera nacional e internacional recibió reconocimientos en el festival de cine de Venecia, y obtuvo un destacado sitio en los premios que otorga la National Society of Films Critics para la mejor película y el mejor director. En el marco de los premios Oscar, fue nominada para mejor guion, escrita por el mismo Cuarón. (Nuevo cine mexicano, 2017).

Estos dos filmes son referentes nacional e internacional del cine mexicano de nueva generación y que trae consigo una serie de temáticas que transgreden las relaciones sociales de la sociedad.

1.9 El cine y sus espectadores

En México la cámara nacional de la Industria Cinematográfica revela la cantidad de asistentes que son expuestos al material fílmico producido y que podría conllevar la problemática de salud de la que se ha hecho mención.

El punto anterior obtiene relevancia si tomamos en cuenta que, en México, según los datos que la Cámara Nacional de la Industria

Cinematográfica (CANACINE) tan solo en el 2015 “se vendieron más de 296 millones de entradas al cine” (CANACINE, 2015).

La misma fuente, revela que, la asistencia anual de espectadores en México a complejos cinematográficos en ese mismo año fue de “296 millones de personas, un 2.5% de asistencia a salas de cine” (CANACINE, 2015).

De acuerdo a estos datos, los diez países con mayor número de venta de boletos vendidos en 2015 fueron:

“India con 2,007 millones, China con 1,254 millones, EUA con 1,222 millones, México con 296 millones, Corea del sur con 217 millones, Francia con 203 millones, UK con 180 millones, Rusia con 179 millones, Brasil con 168 millones y Japón con 165 millones de taquilla” (CANACINE, 2015).

De modo que, según estos datos México ocupa el cuarto puesto de asistencia al cine en lo que va del 2015, a partir de ello, se tiene identificado el número de espectadores a dichos filmes, en México con un número mayor el año 2015 con respecto a otros, en este sentido, de acuerdo con lo planteado por la OMS se tendría que considerar la aprobación de una clasificación a dicho contenido contra la salud.

CAPÍTULO II. ANTECEDENTES

En este capítulo hablaré de los diversos trabajos de investigación que se han realizado acerca del consumo del tabaco en el cine, ello en base a las investigaciones documentales que se han presentado con respecto al tema en diversas partes del mundo como son América y Europa.

Es importante señalar que a nivel mundial en la última década los trabajos científicos, periodísticos y académicos han sido dispersos, esto cimentado en las investigaciones realizadas en base a la publicidad del tabaco en diversos medios de comunicación, no obstante, ello ha abierto el camino para conocer esta problemática de salud pública y así tomar las medidas necesarias con respecto al tema.

Por ello, este apartado se centra en las líneas de investigación que se han realizado para conocer y adentrarnos a fondo en el tema del consumo de tabaco en el cine, agrupadas en dos temáticas *“Tabaquismo y cine”* por un lado, donde autores como Casitas, R. Garcia-Garcia R y Barrueco M, 2009 nos dan un panorama sobre cómo la industria del cine ha participado en el consumo del tabaco a nivel mundial y por otro lado *“Tabaquismo y medios de comunicación por otro”* donde autores como Montes y Álvarez, 2016 nos dan un panorama sobre las investigaciones que se han realizado en España sobre este tema.

2.1 Tabaquismo en el cine

Desde 2005 y hasta 2016 el análisis sobre el consumo de tabaco se ha centrado en temas de salud pública, esta línea de investigación incluye: el cine ha sido durante muchos años un fiel colaborador de la industria del tabaco, fomentando, mediante la presencia del cigarrillo en las películas, que niños y jóvenes se conviertan en adictos a la nicotina (Casitas, R. Garcia-Garcia R y Barrueco M, 2009).

Como ya se mencionó el cine es una fuente importante de expansión de la epidemia de tabaco en jóvenes a nivel mundial (Casitas, R. Garcia-Garcia R y Barrueco M, 2009). Donde de acuerdo con esta investigación los objetivos

que persigue la industria del tabaco a través de las películas se dirige a grupos diana. La línea de investigación de este artículo propone un panorama extenso donde la publicidad del tabaco se dirige a menores de edad fomentando la asociación de tabaco con glamour, éxito y sexo entre otras.

Así mismo, toma el caso de las medidas impuestas en Estados Unidos donde se ha puesto en marcha un movimiento llamado *Smoke Free Movies* para sensibilizar a la opinión pública y disminuir la presencia de tabaco en las películas.

Continuando con este escenario, tomando el caso de España la justificación es que algunos actores y directores españoles hacen uso del consumo del tabaco supuestamente por exigencias del guion. Concluyendo con que es necesario que las administraciones públicas sean eficaces para prevenir el consumo de tabaco para niños y jóvenes, y así mismo en el caso de creadores es necesario que las películas se ajusten a la realidad y en este caso no exagerar el consumo ya que se considera una manipulación interesada.

En el caso de América latina los trabajos sobre el consumo de tabaco abarcan artículos como: "Mujeres, Industria tabacalera y marketing" (Bianco, 2004) partiendo desde la publicidad dedicada al sector femenino de la población principalmente estadounidense, dándose a conocer la relación entre tabaco y la industria Hollywoodense, donde a partir de los años 20 ocurren grandes cambios para las mujeres como es el caso de la igualdad social, donde la oportuna intervención de las tabacaleras crea un producto dedicado a las mujeres siendo estas vulnerables a la publicidad dedicada a ellas.

En este sentido, se da a conocer cómo la publicidad ha impactado no solo a las mujeres sino a los jóvenes, esto no solo con recursos publicitarios dentro de los diferentes medios, sino siendo a partir del cine donde se promueve este hábito trayendo consigo nuevamente la idea de glamour, sexo y diversión.

Por ello, se plantea una situación de control para combatir las campañas plagadas de tabaco como es el caso del avisaje es el Centro de Recursos para Comunicación Masiva de CDC (Media Campaign Resource Center, MCRC) donde se lleva un registro de los anuncios creados en Estados Unidos y otros países.

Siguiendo esta línea de investigación el artículo "Cine, moda y

tabaquismo” (Giraldo, Valdelamar y Giraldo, 2004) nos menciona los principales factores que se asocian con el consumo de tabaco en especial en niños y jóvenes donde se sugiere que el cine y la moda juegan un papel protagónico como medios promocionales, donde una vez más existe la relación entre deportes, éxito social y belleza física. Así, de acuerdo con las principales estrategias utilizadas para el espectador son la creación de imágenes y modelos siendo esto puntos clave para la curiosidad y la imitación siendo por parte del espectador, demostrando que gracias a esto el incremento del consumo del tabaco se lleva a cabo entre los jóvenes.

Así, el emplazamiento en películas de productos como es el tabaco logra captar el objetivo es atraer más consumidores de tabaco, en el cine producido en estados Unidos y que tiene la capacidad para llegar a millones de personas anualmente, donde tomando el caso de Al Pacino y Robert de Niro Sus personajes siempre han estado rodeados por el cigarro. Por ello, el humo siempre sale triunfante de entre los personajes.

Por consiguiente, la labor publicitaria es un factor predeterminante para que millones de jóvenes anualmente se incorporen a las filas del consumo del tabaco, donde siendo la exposición al mensaje, atención y comprensión del mismo y desarrollo de una respuesta los factores por los cuales un individuo receptivo desarrolle una respuesta ante la publicidad en este caso el consumo del tabaco.

Más recientemente el artículo “Películas sin tabaco de la evidencia a la acción” donde la Organización Mundial de la Salud (OMS, 2016) nos muestra un panorama de la situación a nivel mundial del consumo del tabaco en películas que llegan a jóvenes, esta nos muestra en primera instancia cómo es que las películas llegan a todo el mundo y así pueden promocionar el tabaquismo, ello logrando una gran fuente de promoción como parte de una estrategia mercadológica que llega al mercado de masas o en específico a los medios de comunicación de masas como lo es el caso del cine donde el consumo de tabaco no se perciba como publicidad directa.

En segunda instancia la protección a los jóvenes contra el consumo de tabaco, siendo esto parte importante, ya que la (OMS) propone entre las medidas recomendadas para reducir el consumo de tabaco por ejemplo: que se garantice que exista la ausencia de pagos por parte de las tabacaleras a los

productores con el fin de reducir esta situación. Otra de las medidas tomadas es que las marcas dejen de ser identificadas por parte de los espectadores, ya que esta situación garantizaría la publicidad del tabaco y promoción de este. Otra medida cautelar es la exigencia de anuncios directos contra el tabaquismo; en este punto se busca que exista publicidad contra el tabaco al comienzo de cualquier exhibición audiovisual en el cual se presente este producto. Una de las medidas más importantes es la exigencia de clasificar para adultos las películas con imágenes de tabaquismo, con ello se busca reducir un nivel de exposición de los jóvenes al tabaquismo en la pantalla.

Por ello, la publicidad una vez más es una fuente importante para la promoción del tabaco y el consumo de este producto por medio del cine, y como se puede notar esta es un incitador primordial para comenzar a fumar y los países que quieran controlar los problemas de salud pública con respecto a esta situación deberán restringir la promoción del tabaco en este medio.

2.2 Tabaquismo y medios de comunicación

Como se mencionó la publicidad es primordial para el consumo del tabaco, en este caso los medios de comunicación jugaran un papel importante como proveedores de dicha práctica.

En este sentido (Montes y Álvarez, 2016) en “Tabaco y medios de comunicación escritos en España: una atracción fatal” menciona que a cada país le corresponde la reducción del consumo del tabaco entre sus jóvenes, y que por ejemplo en el caso de España son escasos los trabajos que estudian las características de la publicidad en los medios, donde la línea de investigación de este artículo es analizada en medios escritos. Por ello, se observa la publicidad directa del tabaco en los medios de comunicación escrita realizando una recolección de datos de 2002 a 2005. Este es un estudio transversal anual de anuncios insertados en los 41 medios escritos de mayor difusión. En dicho período un 37% de medios insertaron publicidad sobre el tabaco (lectores medios, 4,35 millones). Sólo un 4% de los medios incluyeron campañas antidroga (lectores medios, 0,27 millones). La publicidad del tabaco se incrementó tanto globalmente (del 2,0 al 4,7%) como en medios que la consintieron (del 4,3 al 8,0%). Ello significa que 4 de cada 10 lectores totales y

1 de cada 8 españoles > 15 años recibieron tal impacto publicitario. En el 56% de los anuncios se incluyeron jóvenes. Por lo que la publicidad del tabaco es alta en los medios escritos como ya se había mencionado y esta es importante para la llegar preferentemente a jóvenes para los cuales está dirigida en el caso de este estudio realizado en España.

A partir de esta línea de investigación sobre la publicidad del tabaco en los medios de comunicación escrita tomando el caso de “Análisis de la cobertura del tema de tabaco en medios impresos mexicanos” (Llaguno-Aguilar, Dorantes-Alonso, Thrasher, Villalobos y Besley, 2008) señalan que de acuerdo al informe de monitoreo del tabaco en seis medios de comunicación impresos en México durante 2007 Fueron seleccionados seis periódicos de acuerdo con lo significativo de su circulación y su línea editorial; los cuales fueron (La Jornada 107 659; El Universal 81 534 lunes a sábado, 161 911 el domingo; Milenio Diario 61 855; Reforma 145 650; El Financiero 91 923), y uno de circulación en el Distrito Federal (DF) y su área metropolitana (La Prensa 244 693).¹⁷ Para hacer el monitoreo se contrató a una empresa dedicada a la recopilación y análisis de información difundida en los medios de comunicación. Dicha empresa realizó la búsqueda en los diarios con base en las palabras clave: tabaco, tabaquismo, fumadores, fumar, cigarros y cigarrillos, donde los resultados obtenidos son a favor del control de tabaco (49%) o neutra al respecto (41%), y solamente una nota de cada 10 tuvo tendencia en contra del control de tabaco.

En el artículo “Prevalencia y factores asociados al consumo de Tabaco en adolescentes de una preparatoria de Guadalajara, Jalisco, México” (Nuño-Gutiérrez*, Alvarez-Nemegyei, Madrigal-de León y Rasmussen-Cruz, 2005) señalan que el consumo de tabaco entre los jóvenes esta dado a partir de búsqueda de una imagen social, bajo rendimiento escolar, tener amigos fumadores, reafirmar el paso de la niñez a la adultez y sobre todo la difusión del consumo del tabaco por parte de medios de comunicación hacen que el consumo del tabaco este presente entre las principales hábitos contra la salud en jóvenes. Ya que es necesario conocer los factores asociados al consumo de tabaco para dirigir acciones educativas y evaluar si su modificación influye sobre el consumo. Entre los marcadores de riesgo identificados para el consumo de tabaco se encuentran los siguientes factores, esto se diseñó

mediante un estudio transversal entre estudiantes de la preparatoria no. 5 de la UGG en el periodo 2004b, donde los resultados arrojaron que la prevalencia de consumo alguna vez en la vida fue de 58.2%, en los últimos doce meses de 32.4% y en el último mes de 23.9% (IC95% 20.4-27.6).

Por otro lado, el artículo “Análisis de las películas más taquilleras del 2004 al 2012 El cine y tabaquismo en Argentina” (Mejía, R. Braun, S. Morello, P. Peña, L. Cattano, C. Sargent, J. Thrasher, J. 2014) Nos da un panorama más extenso sobre esta línea de investigación de la publicidad en los medios, en la cual se plantea el convenio marco para el control del tabaco como sustento legal para la prohibición del tabaco en Argentina.

En este sentido el artículo pretende describir el funcionamiento de la industria cinematográfica Argentina con el propósito de identificar si la industria tabacalera interviene en la estructura de la industria cinematográfica con el fin de promocionar sus productos y proveer así información útil a los responsables de la formulación de políticas públicas.

Las películas involucradas en este artículo corresponden a los países de Estados Unidos, México y Argentina donde se revisaron las 100 películas más vista en los años 2004 al 2012, ello clasificándolas según su país de origen en las que 729 fueron de Estados Unidos, 85 en Argentina realizando una codificación del nivel de tabaco y alcohol que aparecen en los filmes.

Del 2004 al 2012 el promedio de tiempo en segundos en los que aparece el tabaco en la pantalla fue de 201 segundos para el total de las películas argentina por ello la presencia de tabaco es frecuente en la producción de películas nacionales, sin embargo, no se encontraron indicios que involucren a las tabacaleras en las producciones cinematográficas argentinas.

Con este escenario es pertinente comenzar a identificar las representaciones del consumo de tabaco en el cine, ya que como se puede ver las formas en que los medios de comunicación trabajan repercuten en la salud pública fomentando prácticas, en este caso el consumo del tabaco y las formas en que los espectadores ven la cotidianidad intentando reproducirla.

A partir de estas investigaciones presentadas se exponen los allasgos encontrados ello en base a su contexto, problemática y resultados.

Se observa que la mayoría de las investigaciones documentadas se

plantean en un contexto social que van desde 2006 a 2016 donde el análisis sobre el consumo de tabaco se ha centrado en temas de salud pública, en la cual esta línea de investigación incluye: el cine ha sido durante muchos años un fiel colaborador de la industria del tabaco, fomentando, mediante la presencia del cigarrillo en las películas, que niños y jóvenes se conviertan en adictos a la nicotina ello centrándose principalmente en países como Estados Unidos y España.

En lo que respecta a la problemática social del consumo del tabaco las investigaciones indican que a partir de los años 20 existe una variante en la que predominan los objetivos que persigue la industria del tabaco a través de las películas esta se encuentra dirigida a grupos diana mujeres y jóvenes. Se propone un panorama extenso donde la publicidad del tabaco se dirige a menores de edad fomentando la asociación de tabaco con glamur, éxito y sexo entre otras.

Donde a partir de los años 20 ocurren grandes cambios para las mujeres como es el caso de la igualdad social, donde la oportuna intervención de las tabacaleras crea un producto dedicado a las mujeres siendo estas vulnerables a la publicidad dedicada a ellas.

Así, de acuerdo con las principales estrategias utilizadas para el espectador son la creación de imágenes y modelos siendo esto puntos clave para la curiosidad y la imitación siendo por parte del espectador, demostrando que gracias a esto el incremento del consumo del tabaco se lleva a cabo entre los jóvenes.

Los resultados de estas investigaciones indican que se plantea una situación de control para combatir las campañas plagadas de tabaco como es el caso del avisaje es el Centro de Recursos para Comunicación Masiva de CDC (Media Campaign Resource Center, MCRC) donde se lleva un registro de los anuncios creados en Estados Unidos y otros países.

CAPÍTULO III. LA REPRESENTACIÓN SOCIAL COMO EJE CONCEPTUAL

Dado que este análisis centra su mirada en la representación social del consumidor de tabaco en el cine mexicano, abordaré las teorías necesarias para plantear los parámetros que sirvan como eje conceptual sobre los que voy a apoyar esta investigación.

Para empezar, hablaré de la teoría de la interacción simbólica propuesta por Mead dado que en esta teoría intervienen diferentes conceptos que son necesarios para el estudio de la Interacción simbólica; posteriormente me aproximaré al concepto de Representación social propuesta por Serge Moscovici, así como a las funciones de dichas representaciones. Para finalizar mencionaré los conceptos propuestos por Christian Metz en el estudio realizado sobre a La gran sintagmática del film narrativo, la cual proporciona los elementos categóricos para la realización del análisis.

3.1 Mead: las representaciones sociales (el interaccionismo simbólico)

Mead parte de la idea de que toda sociedad está constituida a partir de una interacción que se produce de la relación entre los individuos. Siendo así, Mead se plantea el interaccionismo como idea sociológica, ello con mira a explicar lo social utilizando el “Yo” y el “Me”, conceptos que se utilizan a lo largo de este análisis.

De esta manera, dentro de las múltiples visiones del interaccionismo simbólico se puede mencionar que este se caracteriza de acuerdo con Carabaña y Lamo “por presentar atención casi exclusiva a la comprensión de la acción social desde el punto de vista del actor” (Carabaña y Lamo, s/a, pág. 171).

En este sentido, se presentan una serie de conceptos que Mead utiliza para construir la idea de interaccionismo y así conocer cómo el individuo se relaciona y se vincula con otros individuos en la sociedad. Partiendo de esto, se desprenden los siguientes conceptos.

Mente

Ya que Mead basa su teoría en los procesos mentales es necesario conocer que estos implican la noción de “mente” para conocer cómo se producen en el individuo las interacciones en este caso simbólicas.

Para Mead el concepto de mente es “Hacer que cualquier cosa significa cierta reacción organizada; y si uno tiene en sí tal reacción, tiene lo que llamamos mente” (Mead, 1934/1962: 267, citado en Teoría sociológica moderna, 1993, pág. 263).

Es así como Mead propone poner en marcha una respuesta organizada a las actividades o ideas que surgen de la mente del individuo capaz de formar y reaccionar a múltiples estímulos.

Significantes

El significado para Mead juega un papel importante en el desarrollo comunicativo de las ideas del individuo. Mead parte de la idea de que por ejemplo los gestos se convierten en símbolos significantes “cuando surgen de un individuo para el que constituyen el mismo tipo de respuesta (no necesariamente idéntica) que se supone provocarán en ellos a quienes se dirigen” (Teoría sociológica moderna, 1993. pág. 259).

El significado se hace consiente sólo cuando va asociado con símbolos, y está presente en el acto social con carácter previo a la aparición de la conciencia y la conciencia del significado” (Teoría sociológica moderna, 1993, Pág. 263).

El pensamiento humano sólo es posible mediante los símbolos significantes principalmente los lenguajes, donde es a partir de este que se constituye el significado de las diferentes formas del lenguaje.

Los símbolos significantes también hacen posible la interacción simbólica. Las personas interactúan con otras no solo con los gestos, sino también con los símbolos significantes. (Teoría sociológica moderna, 1993. pág. 260).

Gestos

Al igual que los conceptos anteriores los gestos tienen un papel determinante en la interacción simbólica ya que estos “son movimientos del primer organismo que actúan como estímulos específicos de respuestas (socialmente) apropiadas del segundo organismo” (Mead, 1934/1962: 14; citado en Teoría sociológica moderna, 1993, pág. 257).

La función del gesto es posibilitar la adaptación entre los individuos involucrados en cualquier acto social dado, con referencia al objeto u objetos con que dicho acto está relacionado” (Mead, 1934/1962: 46 citado en Teoría sociológica moderna, 1993, pág. 263).

El self

Uno de los conceptos más importantes en la teoría de Mead, es el Self, este constituye “la capacidad de considerarse a uno mismo como objeto” (Mead, 1934/1962: 14; citado en Teoría sociológica moderna, 1993. pág. 265), en este sentido el Self es un proceso social que implica la comunicación entre los humanos y surge con el desarrollo y actividad social, el cual nos proporciona los elementos para crear procesos cognitivos de asimilación donde están presentes los pensamientos y los gestos. Este concepto implica observarme en interacción, para la comprensión del proceso social, y así objetivarme y de donde se desprenden dos conceptos de suma importancia como lo son el “Yo” y el “Mí”, de los cuales se habla más adelante.

“En este sentido Mead señala que es mediante la reflexión que el proceso social es internalizado en la experiencia de los individuos implicados en él; por tales medios, que permiten al individuo adoptar la actitud del otro hacia él, el individuo esta conscientemente capacitado para adaptarse a ese proceso y para modificar la resultante de dicho proceso en cualquier acto social dado, en término de su adaptación al mismo” (Mead, 1934/1962: 134 citado en Teoría sociológica moderna, 1993. pág. 266).

Dos aspectos del Self están integrados en el “Yo” y en el “Mí”

Mediante la teoría del interaccionismo simbólico Mead toma como unidad de análisis lo que denomina el acto social, este, es de suma importancia para el

análisis del símbolo y del significado como una situación interactiva, para llegar con ello a la simbolización.

En este sentido, Mora (2002) asegura que Mead responde a un espacio interactivo radicado en símbolos, donde éste plantea las ideas de espíritu (Mind), que es el proceso de comunicación y (Self) donde los individuos existen como personas.

Así mismo, los temas de gran relevancia a los que Mead pone mayor énfasis son el “YO”, el “MÍ” y el “OTRO”. Así Mora (2002) menciona que “el YO actúa, que se aparece, que emerge de repente y sin aviso; el MI, que constituye el percatamiento de lo que hizo el YO; y el OTRO, que es el bagaje de criterios con los que cuenta el MI para evaluar los actos espontáneos de ese YO. Por ello, el OTRO de Mead es el OTRO generalizado que corresponde a la colectividad, a la realidad social, a la comunicación en la cual el YO y el MI existe” (Martín Baró, 1983. pag. 123-124, citado en Mora, 2002. Pág. 5).

De esta manera, lo simbólico juega un papel importante en lo colectividad y la construcción social de la realidad.

3.2 Fundamentos teóricos de las representaciones sociales

Las representaciones sociales que Moscovici planteó tienen un carácter teórico fundamentado en los estudios y las investigaciones que Durkheim diseñó sobre el estudio de representación colectiva en 1898.

En este sentido Durkheim realizó una diferenciación entre las representaciones en la psicología y la sociología dando a cada una de ellas un campo de estudios correspondientes donde a la sociología le da el carácter de analizar todo aquello que corresponda a las representaciones colectivas, y a la psicología le da el carácter de analizar lo correspondiente a las representaciones individuales.

De esta manera Durkheim menciona que en su espíritu las representaciones sociales constituían una clase muy general de fenómenos psíquicos y sociales que comprendían lo que designamos como ciencia,

ideología y mito. Aquellas borraban los límites entre el aspecto individual y el aspecto social y paralelamente la vertiente perceptiva de la vertiente intelectual del funcionamiento colectivo: Un hombre que no pensara por medio de conceptos no sería un hombre; puesto que no sería un ser social, reducido solamente a las percepciones individuales, sería indiscriminado y animal.

No es simplemente aislar y agrupar un conjunto de caracteres comunes a cierta cantidad de objetos; es subsumir lo variable en lo permanente, lo individual en lo social.

Durkheim simplemente quería decir que la vida social es la condición de todo pensamiento organizado y más bien la recíproca, su actitud no está libre de objeciones. Sin embargo, en la medida en que no aborda de frente ni explica la pluralidad de formas de organización del pensamiento, aunque todas sean sociales, la noción de representación pierde nitidez.

De esta manera Durkheim establece que los antropólogos se vuelven hacia el estudio de los mitos; los sociólogos hacia el estudio de las ciencias; los lingüistas hacia el estudio de la lengua y su dimensión semántica, etcétera. Con el fin de darle un significado determinado, es indispensable hacerlo abandonar su papel de categoría general, que concierne al conjunto de las producciones, a la vez intelectuales y sociales.

3.3 Las Representaciones Sociales de Serge Moscovici

La Teoría de las Representaciones Sociales tiene su origen en el concepto propuesto por Serge Moscovico en 1961. Esta teoría ha tenido relevancia gracias a que en el campo de las ciencias sociales plantea un nuevo enfoque de estudio de la realidad social donde se integra lo individual y lo colectivo, así como lo simbólico ello con respecto al pensamiento y a la acción en el individuo.

Esta teoría ofrece un marco explicativo acerca del comportamiento de las personas en lo cultural y en las estructuras sociales. Así, Araya (2002) propone que las representaciones se dan cuando:

Las personas conocen la realidad que les circunda mediante explicaciones que extraen de los procesos de comunicación y del pensamiento social. Las representaciones

sociales sintetizan dichas explicaciones y en consecuencia, hacen referencia a un tipo específico de conocimiento que juega un papel crucial sobre cómo la gente piensa y organiza su vida cotidiana: el conocimiento del sentido común. (Araya ,2003. Pag.11).

Así, el sentido común es de vital importancia para las representaciones sociales y donde:

El conocimiento del sentido común es conocimiento social porque está socialmente elaborado. Incluye contenidos cognitivos, afectivos y simbólicos que tienen una función no sólo en ciertas orientaciones de las conductas de las personas en su vida cotidiana, sino también en las formas de organización y comunicación que poseen tanto en sus relaciones interindividuales como entre los grupos sociales en que se desarrollan.” (Araya ,2003: 11).

Definición de Representación social

Serge Moscovici define las representaciones sociales como:

Entidades casi tangibles. Circulan, se cruzan y se cristalizan sin cesar en nuestro universo cotidiano a través de una palabra, un gesto, un encuentro. La mayor parte de las relaciones sociales estrechas, de los objetos producidos o consumidos, de las comunicaciones intercambiadas están impregnadas de ellas. Sabemos que corresponden, por una parte, a la sustancia simbólica que entra en su elaboración y, por otra, a la práctica que produce dicha sustancia, así como la ciencia o los mitos corresponden a una práctica científica y mítica. (Moscovici, 1961, pág. 27).

Siendo así, las representaciones sociales se encuentran siempre presentes en todos los individuos, en su acontecer, en si día a día, con ellas aprehendemos los acontecimientos de la vida diaria, las características de nuestro medio ambiente, las informaciones que en él circulan, a las personas de nuestro entorno próximo o lejano. En pocas palabras el conocimiento espontáneo, donde.

Habitualmente se denomina conocimiento de sentido común o bien pensamiento natural por oposición al pensamiento científico. Este conocimiento se constituye a partir de nuestras experiencias, pero también de las informaciones, conocimientos y modelos de pensamiento que recibimos y transmitimos a través de la tradición, la educación y la comunicación social. De este modo, ese conocimiento es en muchos aspectos un conocimiento socialmente elaborado y compartido. Bajo sus múltiples aspectos intenta dominar esencialmente nuestro entorno, comprender y explicar los hechos e ideas que pueblan nuestro universo de vida o que surgen en él, actuar sobre y con otras personas, situarnos respecto a ellas, responder a las preguntas que nos plantea el mundo, saber lo que significan los descubrimientos de la ciencia y el devenir histórico para la conducta de nuestra vida, etc. (Jodelet, 1984:473 citado en Araya, 2002, pg.27).

Por su parte, Robert Farr ofrece su versión de la noción de Representaciones sociales señalando que:

Desde una perspectiva esquemática aparecen las representaciones sociales cuando los individuos debaten temas de interés mutuo o cuando existe el eco de los acontecimientos seleccionados como significativos o dignos de interés por quienes tienen el control de los medios de comunicación. Agrega además que las representaciones sociales tienen una doble función: "Hacer que lo extraño resulte familiar y lo invisible perceptible", ya que lo insólito o lo desconocido son amenazantes cuando no se tiene una categoría para clasificarlos.

Parfraseando a Moscovici, Robert Farr señala que las representaciones sociales son: Sistemas cognoscitivos con una lógica y un lenguaje propios. No representan simplemente "opiniones acerca de", "imágenes de", o "actitudes hacia" sino "teorías o ramas del conocimiento" con derechos propios para el descubrimiento y la organización de la realidad. Sistemas de valores, ideas y prácticas con una función doble: primero, establecer un orden que permita a los individuos orientarse en su mundo material y social y dominarlo; segundo, posibilitar la comunicación entre los miembros de una comunidad proporcionándoles un código para el intercambio social y un código para nombrar y clasificar sin ambigüedades los diversos aspectos de su mundo y de su historia individual y grupal (Farr, 1984: 496 citado en Araya, 2002:27).

Funciones de las representaciones sociales

Araya 2002 señala las principales funciones de las representaciones sociales, estas se enmarcan en el análisis sobre la utilidad que estas tienen: La comprensión, función que posibilita pensar el mundo y sus relaciones, la valoración, que permite calificar o enjuiciar hechos, la comunicación, a partir de la cual las personas interactúan mediante la creación y recreación de las representaciones sociales y la actuación, que está condicionada por las representaciones sociales.

Los intercambios verbales de la vida cotidiana exigen algo más que la utilización de un mismo código lingüístico. Exigen que se comparta un mismo trasfondo de representaciones sociales, aunque sea para expresar posturas contrapuestas. Este trasfondo común suple el estricto rigor discursivo que es necesario para transmitir sin ambigüedades los significados adecuados, rigor que es obviamente imposible mantener en las improvisaciones espontáneas de la vida cotidiana.

Es así como a partir de las representaciones sociales, las personas producen los significados que se requieren para comprender, evaluar, comunicar y actuar en el mundo social. (Sandoval, 1997. citado en Araya, 2002. Pág.37)

Por ello, Moscovici propone que “el contrario, las representaciones sociales son conjuntos dinámicos, su característica es la producción de comportamientos y de relaciones con el medio, es una acción que modifica a ambos y no una reproducción de estos comportamientos o de estas relaciones, ni una reacción a un estímulo exterior dado” (Moscovici, 1961. Pág. 33).

3.4 El cine y su universo de análisis

En este apartado concierne hablar de la teoría del análisis fílmico, aquí mencionaré La gran sintagmática del film narrativo de Metz 1963, donde existen los elementos categóricos para la realización del análisis.

Metz 1963 señala que “todo filme se divide en segmentos autónomos” (Metz, 1972, pág.147), a partir de ello es posible realizar el análisis correspondiente utilizando los elementos que a continuación se mencionan.

Metz describe el análisis del filme mediante la utilización de diferentes categorías donde define el segmento autónomo como “todo segmento fílmico que sea una subdivisión del primer nivel, es decir una subdivisión directa del film (y no una subdivisión de una parte del film)” (Metz, 1972, pág. 147).

En este sentido explicaré los seis sintagmas para el análisis del discurso fílmico los cuales se abocan al estudio de este análisis del que parte esta investigación tomando como primer paso lo que Metz llama “La escena la cual se reconstituye, por medios ya fílmicos una unidad que todavía se siente como concreta y como análoga a las que nos ofrece el teatro o la vida (un lugar, un momento o una pequeña acción particular y concentrada). (Metz, 1972, pág. 148).

En segundo lugar, no ofrece la secuencia, la cual “constituye una unidad más inédita, más específicamente fílmica aún, la de una acción compleja (aunque única) que se desarrolla en varios lugares y «salta los momentos inútiles” (Metz, 1972, pág. 148).

En tercer lugar, Metz propone al sintagma alternante el cual “no descansa sobre la unidad de la cosa narrada, sino sobre la unidad de narración que mantiene juntas líneas diferentes de la acción. Este tipo de montaje es rico en connotaciones diversas, pero se define en primer lugar como siendo una cierta manera de construir la denotación” (Metz, 1972, pág. 148).

En cuarto lugar, propone Metz el Sintagma frecuentativo: Según los significados, se pueden distinguir tres tipos de sintagmas frecuentativos:

El frecuentativo pleno que engloba todas las imágenes en una gran sincronía en cuyo interior deja de ser pertinente la vectorialidad del tiempo. El semi-frecuentativo es una serie de pequeñas sincronías, traduce una evolución continua de evolución lenta (un proceso psicológico en la diégesis, por ejemplo): cada -flash- se siente como extraído de un grupo de otras imágenes posibles y correspondientes a un estadio del proceso; pero en relación con el conjunto del sintagma, cada imagen va a colocarse en su lugar sobre el eje del tiempo: la estructura frecuentativa no se despliega pues en la escala del sintagma entero sino solamente de cada uno de sus estadios, El sintagma-seriado consiste en una sucesión de breves evocaciones de acontecimientos derivados de un mismo orden de realidades (ejemplo: escenas de guerra) ninguno de estos hechos es

tratado con la amplitud sintagmática a que hubiera podido aspirar; uno se contenta con alusiones, pues es sólo el conjunto el destinado a ser tenido en cuenta por el film: hay aquí una equivalente fílmico (balbuceante) de la conceptualización. (Metz, 1972, pág. 149)

En el caso del quinto sintagma Metz lo llama Sintagma descriptivo el cual está definido como “la sucesión de las imágenes en la pantalla corresponde únicamente a serie de coexistencias espaciales entre los hechos presentados (observamos que el significante es siempre lineal y consecutivo, en tanto que el significado puede serlo o no). (Metz, 1972, pág. 150).

Por último, el Plano autónomo. Metz considera que el plano autónomo “no se reduce solamente al farrioso plano secuencia, sino que comporta también algunas de esas imágenes llamadas insertas, así como diversos casos intermedios” (Metz, 1972, pág. 150).

A demás de lo anterior Metz identifica 4 grandes tipos de inserciones:

Las imágenes no-dietéticas (metáforas puras), las imágenes llamadas subjetivas (es decir, las que no son en absoluto consideradas como presentes, sino consideradas como ausentes por el héroe dietético; ejemplo: recuerdo, sueño, alucinación, premonición, etc.), las imágenes plenamente diegéticas y reales pero desplazadas (es decir. sustraídas a su ubicación fílmica normal y colocadas deliberadamente como enclaves dentro de un sintagma extraño que los recibe; ejemplo: en medio de una secuencia relativa a los perseguidores una imagen única de los perseguidos) y. por último, las inserciones explicativas (detalle aumentado, efecto de lupa; se sustrae el motivo a su espacio empírico y se lo coloca en el espacio abstracto de una intelección) . Todos estos tipos de imágenes sólo son inserciones cuando son presentadas una sola vez y en medio de un sintagma que les es extraño. Pero si son organizadas en serie y presentadas en alternancia con otra serie dan lugar a un sintagma alternante (es un ejemplo (es un ejemplo fílmico de transformación).” (Metz, 1972, pág. 150 y 151), se incluyen otras fuentes de análisis entre las que destacan:

Género: Cuando hablamos de géneros en el medio cinematográfico, nos estamos refiriendo a categorías temáticas estables, sometidas a una codificación que respetan los

responsables de la película y que es conocida por sus espectadores. Estos son.

Los personajes: los personajes representan la parte central de una historia en la que se desarrolla un conflicto, en este sentido la definición de esta categoría está dada a partir de:

El personaje constituye una categoría narrativa que pertenece a la historia en la que se combinan una serie de rasgos que lo identifican con una unidad psicológica y de acción. En el ámbito del audiovisual, el personaje será concebido como una unidad que toma como referencia para su construcción la persona real pero que es creada para la acción, con una finalidad concreta. No podemos pues evaluar al personaje únicamente como si se tratara de una persona real: supone una categoría narrativa; no obstante, no debemos perder de vista su referencia con la persona real ni analizarlo exclusivamente como una fuerza actancial en el relato. (Pérez, s/f, pág.2)

La intertextualidad

Es la situación que describe la relación de un contenido con otro. En este caso la relación que existe entre los filmes seleccionados.

Hasta aquí se enumeran las categorías en las que se basa este análisis, a continuación, se muestran los géneros por los cuales se representa la realidad en los filmes.

Cine Documental

Género de carácter informativo más que dramático, no histórico, generalmente sin intervención de actores profesionales, de personajes, de puesta en escena o cualquier tipo de intervención en la realidad que muestra y que tiene por finalidad dar a conocer esa realidad, que da a conocer un tema (hecho, idea o entidad material) en forma periodística. Se aleja de la ficción y refleja acontecimientos reales.

Cine Biográfico

Género que narra la biografía de una persona real y famosa (líderes

políticos o religiosos, deportistas, artistas, músicos o personas comunes que por alguna acción llaman la atención de la sociedad, más excepcionalmente de un personaje de ficción) con ciertas licencias históricas, cuya trama recrea los episodios más relevantes.

Cine Histórico

Filme que recrea momentos o sucesos ocurridos a lo largo de la historia conocida, ciñéndose lo más posible a la realidad. Al igual que sucede con la novela y con cualquier otra obra narrativa, el cine forma parte de la documentación susceptible de ser catalogada e interpretada por los historiadores.

Cine Musical

Al referirnos al género musical, aludimos a todas aquellas producciones cinematográficas cuya temática gire en torno o se manifieste a través de expresiones musicales que incluyan canciones o temas bailables como parte fundamental de su desarrollo dramático.

Cine de Comedia

Género que busca la carcajada en el espectador mediante episodios de humor elemental, grotesco o absurdo, carente de matices o profundidad psicológica. Las películas de cine cómico son una sucesión de gags hilvanados y -a diferencia de la comedia- no poseen una estructura dramática precisa, progreso narrativo o evolución en los personajes. Se basan en conflictos resueltos a base de persecuciones, batallas de tartas, golpes, caídas... con un tratamiento amable.

Cine Infantil

Película que por su temática va dirigida a los niños, con fines didácticos o de entretenimiento, basados en situaciones de la vida real o ficciones, por lo general presentadas en dibujos animados, filmaciones reales o mezcla de ambos.

Cine del viejo oeste o Western

Como su nombre indica es el género cinematográfico que relata historias relacionadas con la conquista y colonización de los territorios occidentales de Estados Unidos. Es uno de los géneros más cinematográficos, pues no se encuentra antes en la literatura o en el teatro, sino que tiene una vertiente literaria heredera de la novela caballeresca, que sirvió para exaltar las virtudes de pistoleros al servicio de la ley y de militares del cuerpo de caballería, pues ambas ocupaciones eran garantía de seguridad en un momento histórico sometido a muy violentas tensiones.

Cine de Aventura y Acción

Dado que se trata de un modelo dramático sin una ambientación específica, conviene aclarar que el género de aventuras puede generar argumentos de inspiración policíaca, histórica o bélica; con una trama ficticia cuyo objetivo principal consiste en exponer una secuencia cautivante de acciones sin llevar a una reflexión sobre las mismas (propósito de simple entretenimiento “liviano”). De hecho, esta variedad cinematográfica engloba subgéneros como el cine de espías, el cine de aventuras selváticas, piratas, musicales, el cine de artes marciales y el cine de capa y espada.

Cine bélico

Género cinematográfico que trata de hazañas épicas reales o ficticias en campo de batalla. Se puede subclasificar en: Guerras del Siglo XX, Cine Épico y Cine de Romanos.

Cine de Ciencia-ficción

Género cinematográfico al que pertenecen películas que narran historias en un futuro imaginario, ordinariamente caracterizado por un desarrollo tecnológico mayor. Suele estar emparentado con el género fantástico, aunque se diferencia en que éste no siempre se refiere al futuro y en que la ciencia-ficción tiene mayor realismo, los argumentos se justifican desde un punto de vista científico, aunque haya elementos no reales, como viajes en el tiempo o inventos inverosímiles.

Cine de Drama

El término vendría a describir, más que un género, una forma de narrar, basada en los giros súbitos de la acción, el juego simplificado de connotaciones morales y el resorte sentimental y apasionado que mueve a los personajes. Si bien puede tener características de otras categorías aquí mencionadas, el drama centra su temática en los conflictos emocionales de o entre seres humanos, o bien trata de poner de relieve valores fundamentales de la humanidad.

Cine de Suspense

También llamado intriga o thriller, aborda sucesos criminales o que entrañan amenazas de muerte, aunque éstos quedan en segundo plano frente al mecanismo narrativo que hace de la participación del espectador a quien se proporciona una información hábilmente dosificada cuando no manipulada– y de diversas hipótesis sobre los interrogantes planteados el motivo espectacular. Los personajes son investigadores (policías, detectives privados, agentes secretos, periodistas o simples aficionados) y falsos culpables, criminales, agentes enemigos, etc., pero en ningún caso, tienen relación con el crimen organizado como sucede en el cine de gangsters.

Cine de Terror / horror

Su trama –con o sin elementos fantásticos– va dirigida a producir en el espectador emociones como miedo, temor o pánico y jugar con estas emociones al someterlo a suspensos, sobresaltos y ansiedades. Engloba todas aquellas producciones cinematográficas cuya finalidad es formular dramas efectistas, truculentos o misteriosos, capaces de inducir sensaciones de inquietud, temor y sobresalto en el espectador.

De acuerdo con las normas fijadas en literatura por la novela gótica, este tipo de argumentos suelen recurrir a ingredientes siniestros y morbosos, siguiendo una galería de arquetipos que viene a simbolizar, en diverso grado, el abanico de sensaciones que se abre entre la muerte y el dolor.

Hasta aquí se presentan las categorías de análisis y los géneros a usar en donde se dan a conocer los principales elementos teóricos con el fin de sustentar esta investigación, esto aunado al concepto del “YO” y el “ME”

propuesto por Mead para construir la idea de interacción simbólica que vincula y relaciona a los individuos con otros, Moscovici con las Representaciones sociales donde los individuos conocen la realidad a partir de procesos de comunicación y pensamiento social y las categorías fílmicas que presenta Metz conocidas como sintagmas para el análisis del discurso. Cada uno de estos conceptos son claves para entender y categorizar el comportamiento de los individuos y dan forma al siguiente análisis.

CAPÍTULO IV. METODOLOGÍA

En este apartado me propongo hacer uso de la metodología cualitativa de recolección de datos, para así conocer la importancia y los hallazgos mediante el uso de sus herramientas metodológicas. Así mismo, se desprende de esta el uso de la técnica del análisis del discurso, siendo la principal herramienta con la que realizaré análisis.

LA INVESTIGACIÓN CUALITATIVA

La investigación cualitativa proporciona los parámetros necesarios para la creación de un método exacto en la investigación científica. Esta metodología de carácter cualitativa produce datos descriptivos, es decir lo que las personas hablan lenguaje verbal o escrito, así como la conducta de los individuos. Siendo una forma de encarar al mundo empírico.

Se compone de elementos que la caracterizan como lo es uno de los más importantes señalados por (Taylor y Bogdan 1987) lo cual menciona que “la investigación cualitativa trata de comprender a las personas dentro de un marco de referencia de ellas mismas. Los investigadores cualitativos se identifican con las personas que estudian para comprender las cosas” (Taylor y Bogdan, 1987, pág. 20).

El enfoque cualitativo busca dispersión o expansión de los datos o información donde se agrega las experiencias subjetivas así como las experiencias individuales.

Los estudios cualitativos realizan la recolección de datos utilizando técnicas que no permiten medir ni asociar las mediciones con números. Así mismo se mencionan ejemplos de técnicas que son utilizadas en esta metodología, tales como la observación no estructurada, entrevistas abiertas, revisión de documentos, discusión en grupo, evaluación de experiencias personales, historias de vida, interacción con grupos o comunidades y lo que corresponde a esta investigación el análisis del discurso. Donde, de acuerdo con Sampieri (2003) la investigación cualitativa se fundamenta más en un proceso inductivo ya que explora y describe, y luego generan perspectivas teóricas” (Fernanz, C. Baptista, P. Sampieri, R. 2003, pág15).

4.1 El análisis del discurso

El análisis del discurso ha sido definido en diferentes formas, entre las que se conoce se presenta las siguientes como un método (Phillips y Jørgensen, Jäger), como una metodología (Powers, Goom) y como una técnica de análisis (Sayago, M. 2014. Pág.1) en este sentido este trabajo centra su mirada en el análisis del discurso sea utilizado como una técnica de análisis que sirva bajo las características de la metodología cualitativa.

En este sentido, dos grandes métodos de análisis surgen anteriormente al análisis del discurso; estos centran su mirada en dos grandes métodos de análisis como lo son la hermenéutica y el análisis de contenido, esto centrándose en que cada una parte de métodos diferentes. La primera fue utilizada principalmente para darle un único sentido a los textos literarios y en cuanto a la segunda esta fue utilizada para analizar diarios o propaganda ya en un segmento comunicativo. Ya para 1980 surge el análisis del discurso como nueva área de estudio de análisis.

De acuerdo con Sayago (2014) el análisis del discurso surge como “una herramienta más sofisticada, dotada de un aparato conceptual que permite relacionar la complejidad semiótica del discurso con las condiciones objetivas y subjetivas de producción, circulación y consumo de los mensajes” (Sayago, 2014. Pág.3)

La técnica del análisis del discurso es conveniente como técnica de análisis por dos razones: “a) porque lo pide el objeto de estudio, es decir, porque es el modo más adecuado para su análisis o b) porque decidimos realizar un trabajo de análisis del discurso y, entonces, partimos de la elección de la técnica de análisis y, luego, escogemos un tema que se ajuste a las posibilidades que esta técnica nos abre.”(Sayago, 2014. Pág.4).

Por ello el análisis del discurso presenta una metodología cualitativa de estudio en el cual se pueden analizar las representaciones discursivas puestas en circulación de la producción cinematográfica.

4.2 El corpus de análisis

En este apartado menciono los criterios de selección utilizados para la elección del material fílmico del análisis. Recorro a tres filmes mexicanos los cuales son seleccionados en vista de que cumplen con los requerimientos necesarios como: son filmes mexicanos, en ellos se hace uso del consumo de tabaco en determinadas escenas y están dirigidos a jóvenes mexicanos.

A continuación presento los títulos, sinopsis y fecha técnica.

Matando cabos

Dirección: Alejandro Lozano.

País: México.

Año: 2004.

Duración: 99 min.

Género: Crimen, Acción, Aventura, Comedia

Interpretación: Tony Dalton (Javier "Jaque"), Ana Claudia Talancón (Paulina Cabos), Pedro Armendáriz Jr. (Oscar Cabos), Kristoff Raczynski ("Mudo"), Raúl Méndez (Botcha), Gustavo Sánchez Parra (Nico), Joaquín Cosío (Rubén "Mascarita"), Silverio Palacios (Tony "El Caníbal"), Rocío Verdejo (Lula), Jacqueline Voltaire (Gabriela Cabos).

Oscar Cabos (Pedro Armendáriz Jr.) es un terrible magnate al que todos deben respeto, para mala fortuna de "Jaque" (Tony Dalton) y "Mudo" (Kristoff Raczynski), ellos lo tienen metido en un baño inconsciente. Esta situación se convirtió en problemática cuando Cabos descubrió a "Jaque" teniendo relaciones sexuales con su hija Paulina Cabos (Ana Claudia Talancón), lo cual le valió una golpiza y ahora una muy mala experiencia. Las vivencias de este par de amigos y su mala fortuna son el tema de esta historia que nos demuestra que las coincidencias tienen consecuencias.

Niñas mal

Director: Fernando Sarinana

Reparto: Martha Higareda, Blanca Guerra, Camila Sodi.

Género: Comedia

País: México

Adela, una joven de dieciocho años con mala conducta, presume delante de sus amigas sus tatuajes, piercing y, sobre todo, de su reciente denuncia por conducta indecente. Cuando le preguntan qué es lo que le gusta, ella lo tiene claro: los girasoles, el color rosa, el vodka, la moda y el sexo oral. Su padre, que no está dispuesto a que el comportamiento de su hija eche a perder la oportunidad de convertirse en el próximo Jefe de gobierno de México, decide inscribirla en una escuela de preparatoria para señoritas. La directora de la academia le promete resultados, asegurándole que la próxima vez que vea a su hija no la reconocerá, pues se habrá convertido en una auténtica dama, o como le gusta llamarlo a ella, en una "diva doméstica". Por medio de clases de cocina, de coser y de organización, cambiará en unos días la conducta de Adela. Sin embargo, desde el primer momento, la joven le planta cara a la directora, dejándole claro que ella no es como el resto de chicas.

Después de Lucía

Director: Michel Franco

País: México

Año: 2012

Duración: 102 minutos

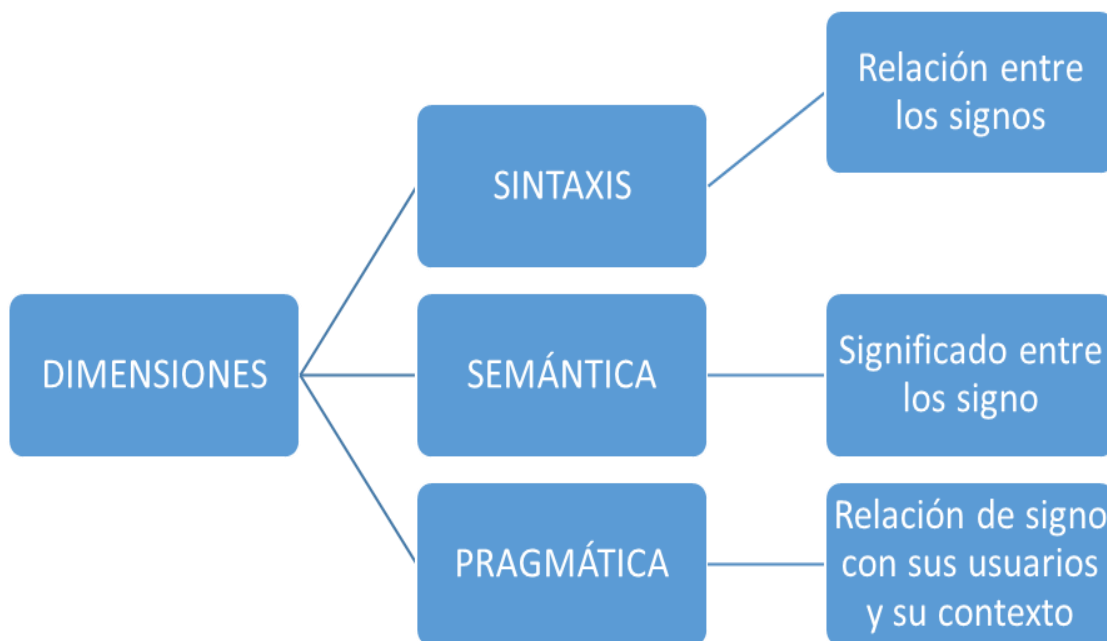
Reparto: Tessa González, Paloma Cervantes, Gonzalo Vega Sisto, Tamara Yazbek Bernal, Hernan Mendoza

A partir de que Roberto enviudó ha descuidado a su hija Alejandra de quince años. Sumido en su depresión decide mudarse a la ciudad de México. En la nueva escuela, la chica tolerará en silencio abusos emocionales y humillaciones de todo tipo con tal de no llevar problemas a casa. Padre e hija se separan cada vez más, la violencia está presente en todos los aspectos de sus vidas llevándolos a situaciones que se saldrán de control.

4.3 Dimensiones de análisis y categorías de análisis

Para este análisis es importante conocer los elementos generales que intervienen en las dimensiones que corresponden al campo de análisis donde a continuación se analizan los siguientes elementos.

Esquema 1. Dimensiones de análisis



Fuente: elaboración propia.

Categorías de análisis

Cuadro 1. Categorías de análisis

Categoría	Descripción
Escena	Se realiza una selección de las escenas para el análisis.
Género	Cuando hablamos de géneros en el medio cinematográfico, nos estamos refiriendo a categorías temáticas estables, sometidas a una codificación que respetan los responsables de la película y que es conocida por sus espectadores. Y estos son:1) Documental,2) Biográfico 3) Histórico 4) Musical 5) Comedia 6) Infantil 7) Western 8) Aventura y acción 9) Bélico 10) Ciencia ficción 11) Drama 12) Suspenso 13) Terror / horror
Personajes	Características de los personajes, entre las que se encuentran: físicas, psicológicas y el rol que desempeñan en la historia.
Sintagmas	La escena la cual se reconstituye, por medios ya fílmicos una unidad que todavía se siente como concreta y como análoga a las que nos ofrece el teatro o la vida (un lugar, un momento o

Categoría	Descripción
	<p>una pequeña acción particular y concentrada.</p> <p>sintagma alternante el cual “no descansa sobre la unidad de la cosa narrada, sino sobre la unidad de narración que mantiene juntas líneas diferentes de la acción.</p> <p>Sintagma frecuentativo: Según los significados, se pueden distinguir tres tipos de sintagmas frecuentativos</p> <p>Sintagma descriptivo el cual está definido como “la sucesión de las imágenes en la pantalla corresponde únicamente a serie de coexistencias espaciales entre los hechos presentados</p> <p>El plano autónomo “no se reduce solamente al farrioso plano secuencia, sino que comporta también algunas de esas imágenes llamadas insertas, así como diversos casos intermedios.</p>
Representaciones sociales	Las representaciones sociales son todas aquellas interacciones que se dan a partir de palabras o gestos entre los individuos.
Intertextualidad	La relación que existe entre los filmes seleccionados: están dirigidos a un público meta juvenil y hacen uso del consumo de tabaco.
Valores estéticos del filme	Son las aportaciones y características peculiares que tiene el filme.
Fotografía	Son los elementos técnicos visuales que se resaltan en el filme y determinan las características de la historia.
Punto de vista	Es la forma en que el filme es narrado y que determina cómo se cuenta la historia

Fuente: elaboración propia.

Cuadro 2. Descripción de categorías de análisis

Categorías	Descripción	Análisis
Narratológica	<ul style="list-style-type: none"> • Género • Trama • Estructura de la narración • Personajes • Punto de vista o narrador 	<p>1. Se analizarán las categorías temáticas estables, sometidas a una codificación que respetan los responsables de la película y que es conocida por sus espectadores.</p> <p>2. Se analizará la serie de acontecimientos en Relación de causa y efecto en un lugar, en un tiempo y en un espacio.</p> <p>3. Se analizarán las características de los personajes, entre las que se encuentran: físicas, psicológicas y el rol que desempeñan en la historia.</p> <p>4. Se analizará la forma en que el filme es narrado y que determina cómo se cuenta la</p>

Categorías	Descripción	Análisis
		<p>historia.</p> <p>5. Se analizará la forma en que los filmes son narrados en este caso por un narrador intradiegetico o por un narrador extradiegetico.</p>
<p>Técnico</p>	<p>1.Tecnológico</p> <p>2.Visual</p> <p>3.Gráfico</p> <p>4.Sonoro</p> <p>5.Sintáctico</p>	<p>1. Se analizará si los filmes presentan elementos tecnológicos en los que presenten elementos de ciencia ficción así como la evolución en la informática.</p> <p>2. se analizará la iconicidad la fotograficidad y la movilidad de las imágenes en los filmes.</p> <p>3. se analizara si los filmes presentan títulos, Intertítulos, subtítulos y texto.</p> <p>4. Se conocerá el elemento sonoro de los filmes en relación con el acompañamiento, realista de la imagen en</p>

Categorías	Descripción	Análisis
		<p>cuanto a banda sonora y banda de diálogos.</p> <p>5. se analizará la unión de los planos o el montaje esto como la unión estética o sintaxis del lenguaje cinematográfico o la puramente mecánica.</p>
<p>Simbólico</p>	<p>Sintagmas de Metz: conjunto de categorías de análisis con las que se puede analizar un filme</p>	<p>Se analizarán las categorías de análisis como lo son:</p> <ul style="list-style-type: none"> • La escena la cual se reconstituye, por medios ya fílmicos una unidad que todavía se siente como concreta y como análoga a las que nos ofrece el teatro o la vida (un lugar, un momento o una pequeña acción particular y concentrada. • La secuencia, la cual “constituye una unidad más inédita, más específicamente fílmica aún, la de una acción compleja. • Sintagma alternante el cual “no descansa sobre

Categorías	Descripción	Análisis
		<p>la unidad de la cosa narrada, sino sobre la unidad de narración que mantiene juntas líneas diferentes de la acción.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sintagma frecuentativo: Según los significados, se pueden distinguir tres tipos de sintagmas frecuentativos • Sintagma descriptivo el cual está definido como “la sucesión de las imágenes en la pantalla corresponde únicamente a serie de coexistencias espaciales entre los hechos presentados. <p>El plano autónomo “no se reduce solamente al farrioso plano secuencia, sino que comporta también algunas de esas imágenes llamadas insertas, así como diversos casos</p>

Categorías	Descripción	Análisis
		intermedios.
Fílmicos	rol social	Se analizará la representación simbólica que se hace a través de los personajes y de las escenas con apoyo de la teoría de la representación social.

Fuente: elaboración propia.

Análisis narratológico

Cuadro 3. Después de Lucía.


Categoría	Característica
Género	Este filme pertenece al género del drama ya que presenta una temática sobre conflictos emocionales entre seres humanos y trata de poner de relieve valores fundamentales de la humanidad.
Trama	Camila es una adolescente que tras la muerte de su madre es víctima del bulling siendo este tema primordial dentro de este filme en donde una aparente situación de calma dentro de una escuela secundaria dará pie a abusos físicos y psicológicos sobre Camila por parte de sus compañeros.
Estructura	Inicio: Un hombre aparentemente sin rumbo fijo conduce su automóvil por largo tiempo recorriendo las calles





Categoría	Característica
	<p>de la ciudad, posteriormente abandona su automóvil sin causa alguna y da paso a lo que se convertirá en una nueva etapa de su vida junto a su hija Camila.</p> <p>Nudo dramático:</p> <p>Roberto Y Camila padre e hija enrolados en su viaje a la ciudad de México descubren la indiferencia que presenta su relación, por lo que Camila se refugia en un grupo de amigos de la escuela los cuales la agreden física y emocionalmente, ello por su falta de carácter, sometiéndola a una serie de humillaciones que ella callará.</p> <p>Clímax:</p> <p>El punto máximo de abuso físico y psicológico pone en riesgo la vida de Camila por parte de sus compañeros</p> <p>Desenlace:</p> <p>Se presenta con la desaparición de Camila creyéndola muerta por parte de sus familiares y amigos donde estos exponen los hechos ocurridos y las humillaciones a las que Camila fue expuesta y donde su padre Roberto tomará venganza asesinando a uno de los abusadores de su hija Camila.</p>


Categoría	Característica
Narrador y punto de visita	<p>Este filme presenta un narrador objetivo donde desde fuera narran la trama y son utilizados por el escritor para mostrarnos el ambiente, los personajes o cualquier otro detalle que sea de interés para la audiencia.</p> <p>Así mismo presenta una clasificación de narración del yo donde el personaje es el narrador y es manejado en primera persona y es el centro de la historia.</p>

Fuente: elaboración propia.

Cuadro 4. Descripción de personajes (Después de Lucía)

Personaje	Características física	Características psicológicas	Rol social
<p>Alejandra</p>  <p>Imagen 1.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 17 años • 1.55m • Tez blanca • cabello castaño oscuro • Delgada 	<p>El personaje se muestra depresiva a lo largo de la película, tímida, callada y reservada incapaz de demostrar sus sentimientos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Estudiante • Hija de familia • Novia • Adolescente
Roberto	<ul style="list-style-type: none"> • 38 años • 1.80m • Tez blanca • Cabello castaño oscuro 	<p>El personaje se muestra depresivo, incapaz de tener comunicación con su hija, se nota reservado y falto de interés por la vida.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Padre de familia • Viudo • adulto

Personaje	Características físicas	Características psicológicas	Rol social
 <p>Imagen 2.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Robusto 		
<p>José</p>  <p>Imagen 3.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 17 años • 1.77m • Tez blanca • Cabello oscuro • Delgado 	<p>El personaje se muestra extrovertido, miente con respecto a su situación amorosa, muestra arrepentimiento con respecto a sus valores.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Estudiante • Novio • Hijo de familia • adolescente
<p>Camila</p>  <p>Imagen 4.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 17 años • 1.60m • Rubia • Cabello rubio • Delgada 	<ul style="list-style-type: none"> • Liberal • Extrovertida 	<ul style="list-style-type: none"> • Estudiante • Hija de familia • Adolescente
<p>Leticia</p>  <p>Imagen 5.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 39 años • 1.70m • Tez blanca • Cabello castaño claro • Delgada 	<ul style="list-style-type: none"> • Introverso • Conservador 	<ul style="list-style-type: none"> • Ama de casa
<p>Director</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 45 años • 1.73m • Tez blanca • Cabello calvo 	<ul style="list-style-type: none"> • Condescendiente 	<p>Director de la escuela preparatoria</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hombre maduro • Responsable

Personaje	Características física	Características psicológicas	Rol social
 <p data-bbox="288 501 405 528">Imagen 6.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li data-bbox="533 271 703 300">• Robusto 		<p data-bbox="1155 271 1369 412">de la problemática y cuidado de los alumnos</p>

Fuente: elaboración propia.




Cuadro 5. Niñas mal



Categoría	Característica
Género	Este filme presenta el género de Comedia, ya que muestra una visión humorística de la realidad, donde, a partir de una situación concreta como es el conflicto entre adolescentes genera una situación de humor.
Trama	La película habla acerca de la rebeldía de Adela, hacia los sueños y el futuro al que ella quiere acceder donde lleva a las personas más allegadas a ella a pasar situaciones en las que pondrán en riesgo su posición social dentro de los diferentes campos donde se manejan cada uno de estos personajes. Por ello, Adela debe reformular su situación emocional y tomar decisiones que la llevaran a madurar.
Estructura	<p>Inicio</p> <p>Adela, una adolescente inquieta es expulsada de la escuela a la que asiste ya que ella es una rebelde y a la que su padre un poderoso funcionario del gobierno mexicano intenta educar de manera que se comporte de acuerdo a los cánones establecidos a su condición social.</p> <p>Nudo dramático:</p> <p>Adela</p> <p>Clímax: Adela hace que se cierre la escuela en donde se le proponía que se educara de manera integral, provocando el cierre de la institución por falta de donativos.</p> <p>Desenlace:</p> <p>Adela entiende que la madurez es parte importante en su desarrollo personal por lo que hace lo posible por sanear las situaciones en las que incurrió y</p>

Categoría	Característica
	responsabilizarse de ellas resolviéndolas para apoyar a su padre en su carrera política y reconciliar a su amiga para lograr.
<i>Narrador y punto de visita</i>	<p>Este filme presenta un narrador focal, ya que el discurso se presenta a partir de uno de los personajes en este caso Adela la cual está involucrada en la historia y así mismo en el discurso.</p> <p>Así mismo presenta una clasificación de narración del yo donde el personaje es el narrador y es manejado en primera persona y es el centro de la historia.</p>

Fuente: elaboración propia.

Cuadro 6. Descripción de personajes (Niñas mal)

Personaje	Características físicas	Características psicológicas	Rol social
<p>Adela León</p>  <p>Imagen 7.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 17 años • 1.52m • Tez blanca • Cabello negro • Complexión Delgada 	<p>Este personaje se comporta de manera impulsiva, es buena amiga y presenta sentimientos ligados a valores familiares, así mismo ella se considera una chica liberal y difícil de controlar.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Adolescente • Estudiante • Hija de familia • Hija de padre soltero
<p>Maca Rivera</p>  <p>Imagen 8.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 46 años • 1.66m • Tez blanca • Cabello negro • Complexión Delgada 	<p>Este personaje se comporta de manera sociable, ligada Responsable de la educación del género a los femenino</p> <ul style="list-style-type: none"> • Directora de Mujer soltera escuela valores éticos y morales, así mismo presenta buena amistad con sus empleados viéndolos como parte de su familia, y dirigiéndose con buenos consejos hacia sus alumnas 	<ul style="list-style-type: none"> • Directora de escuela • Encargada del bienestar social • Redentora de las normas y valores tradicionales
<p>Pía</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • 17 años • 1.61m • Tez blanca • Castaño oscuro • Complexión 	<p>Este personaje es:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Responsable • Leal a sus amigas • Tiene valores éticos y morales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Estudiante • Futura novia • Hija de madre soltera • Amiga de su grupo

Personaje	Características física	Características psicológicas	Rol social
Imagen 9.	Delgada		
Valentina  Imagen 10.	<ul style="list-style-type: none"> • 17 años • 1.65m • Tez blanca • Cabello castaño claro • Complejión delgada 	<ul style="list-style-type: none"> • Chica introvertida. • Sentimientos ligados a sus valores 	<ul style="list-style-type: none"> • Estudiante • Liberal • Homosexual • Hija de familia
Maribel  Imagen 11.	<ul style="list-style-type: none"> • 18 años • 1.72m Tez blanca Cabello castaño claro <ul style="list-style-type: none"> • Delgada • Complejión delgada 	<ul style="list-style-type: none"> • Timidad • Amiga incondicional • Personaje conservador 	<ul style="list-style-type: none"> • Estudiante • Conservadora Encaminada a los buenos hábitos del hogar <ul style="list-style-type: none"> • responsable

Fuente: elaboración propia.



Cuadro 7. Matando Cabos

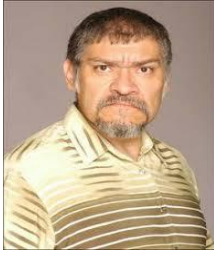


Categoría	Característica
Género	Este filme presenta el género de Comedia , ya que muestra una visión humorística de la realidad, donde, a partir de una situación concreta como es el conflicto entre adolescentes genera una situación de humor.
Trama	Lo que resultaría como un incidente aislado entre Javier y su suegro Oscar Cabos se convirtió en la confusión más irreverente jamás vista ya que esto trae consigo una serie de confusiones por parte de los protagonistas los cuales quieren recuperar por un lado el cuerpo de Cabos y por otro un trio de secuestradores pretenden cobrar un rescate por un plagio que no fue llevado a cabo con éxito.
Estructura	<p>Inicio: El empresario Oscar Cabos ha quedado inconsciente a causa de un accidente al caer y resbalar lo cual lleva a Javier, su conuño, a esconder el cuerpo del empresario en la cajuela de su automóvil, donde comenzaran a producirse una serie de confusiones entre Javier y su amigo Mudo y un trio de secuestradores.</p> <p>Nudo dramático: Las cosas se complican cuando los secuestradores creen llevar el cuerpo de Oscar cabos en la cajuela de su automóvil y sometiéndolo a una serie de torturas sin saber que ese hombre al que llevan en la cajuela es el padre de uno de ellos.</p> <p>Clímax: Tras conocerse la verdadera identidad del secuestrado y víctima de abusos los secuestradores se dan a la tarea de buscar el verdadero cuerpo de la víctima el cual tras la confusión con Javier y el mudo se enfrentan en una persecución que llevará a Botcha a perder la paciencia y el control sobre la situación</p> <p>Desenlace: La muerte del líder de los secuestradores Botcha trae consigo el fin de la confusión de identidad de los secuestrados y culpando a Botcha Javier y el mudo salen ilesos de la situación y quedan ante las autoridades y ante la familia Cabos como los héroes</p>


Categoría	Característica
	que rescataron a Oscar Cabos.
Narrador y punto de visita	Este filme presenta un Narrador objetivado, ya que se nos cuenta la historia de manera directa y no intervienen los personajes para decirnos lo que sucede, así mismo, presenta un narrador actante ya que este solo está involucrado en el mismo orden de los personajes y no conoce el acontecer de cada uno de ellos por lo tanto de la historia.

Fuente: elaboración propia.

Cuadro 8. Descripción de personajes (Matando cabos)

Personaje	Características físicas	Características psicológicas	Rol social
Paulina cabos  Imagen 12.	<ul style="list-style-type: none"> • 22 años • 1.65m • Tez blanca • Cabello castaño oscuro • Delgada 	El personaje representa una Hija de familia con personalidad extrovertida, interesada en que su pareja realice las actividades que a ella mejor le convengan, siendo consentida por sus padres haciéndolos realizar lo que a ella mejor le convenga.	Novia de Javier
Javier  Imagen 13.	<ul style="list-style-type: none"> • 28 años • 1.80m • Tez blanca • Cabello oscuro • Delgado 	El personaje presenta indiferencia al dolor ajeno, únicamente piensa en su bienestar siendo ególatra.	<ul style="list-style-type: none"> • Empleado • Fiestero • Amigo • Novio
	<ul style="list-style-type: none"> • 46 años 	El personaje	<ul style="list-style-type: none"> • Héroe

Personaje	Características físicas	Características psicológicas	Rol social
Rubén  Imagen 14.	<ul style="list-style-type: none"> • 1.73m • Tez moreno claro • Cabello oscuro con canas • Robusto 	presenta un desorden psicológico donde al llamarlo “Mascarita” presenta un cambio de personalidad volviéndose agresivo. Presenta conducta agradable hacia sus amigos volviéndose buen amigo y mediador en las situaciones de peligro.	<ul style="list-style-type: none"> • Amigo incondicional • Ex luchador con problemas mentales
Oscar cabos  Imagen 15.	<ul style="list-style-type: none"> • 61 años • 1.70m • Tez blanca • Castaño claro • Robusto 	El personaje presenta total y completa indiferencia al dolor ajeno, es arrogante y mezquino, así mismo presenta gran satisfacción al humillar a las personas que se encuentran a su alrededor.	<ul style="list-style-type: none"> • Padre de familia • Empresario • Víctima de secuestro
Botcha  Imagen 16	<ul style="list-style-type: none"> • 28 años • 1.75mtez • moreno claro • Cabello oscuro • Atlético 	El personaje presenta una lucha psicológica con respecto a al trato que el Cabos ha dado a su padre. Presenta carácter frío, es indiferente al dolor de los demás, es intolerante, manipulador y siempre con la firme intención de asesinar a quien	<ul style="list-style-type: none"> • Secuestrador • Victimario

Personaje	Características físicas	Características psicológicas	Rol social
		estorbe en su camino.	
Mudo  Imagen 17.	<ul style="list-style-type: none"> • 27 años • 1.78m • Tez blanca • Cabello negro • delgado 	El personaje presenta buenas intenciones hacia sus amigos y Compañeros. Es capaz de salir y dar la cara por su amigo Javier. Este personaje no utiliza lenguaje verbal.	<ul style="list-style-type: none"> • Confidente • Mano derecha de Javier

Fuente: elaboración propia.

4.4 Elementos técnicos del filme

Cada filme conlleva diversos elementos técnicos, estos se encuentran presentes en sus manifestaciones visuales y auditivas para así proporcionar las características necesarias del análisis de los diferentes planos. De esta manera se presentan las características técnicas en los filmes seleccionados tomando elementos como el sonido y la imagen como la principal construcción de ellos.

Niñas mal

Este filme se caracteriza por contar con una banda sonora que proporciona a la imagen una dimensión la cual está basada en la musicalización de diferentes anécdotas por las cuales las protagonistas presentan diferentes emociones. Sin esta banda sonora la imagen visual por sí sola no tendría la misma importancia y resultaría indiferente al espectador ya que no se diferenciaría de las demás escenas presentadas con mayor fuerza simbólica.

Imagen 1. Fiesta.



Fuente: Niñas mal

Después de Lucia

Este filme cobra importancia por la calidad sonora que presenta, el vacío como clara reflexión sobre la situación de acoso escolar ya que se caracteriza de manera conjunta con las imágenes presentadas la situación del personaje de Alejandra, ello de acuerdo a su estado de ánimo.

Esto se refleja gracias a las imágenes presentadas, imágenes que por sí solas no cobrarían el mismo sentido con relación imagen- situación, ya que al relacionarse con el sonido dan intensidad a la propuesta visual y se pueden percibir las emociones de los personajes.

Imagen 2. Vacío sonoro.



Fuente: película *Después de Lucía*.

Imagen 3. Reflexión



Fuente: película *Después de Lucía*.

Imagen 4. Soledad.



Fuente: película *Después de Lucía*.

Matando Cabos

La relevancia que tiene este filme en cuestiones técnicas radica en que este cuenta con un elemento técnico de tipo plano traveling el cual se caracteriza por una serie de secuencias donde se narra la situación en la que se nos es contada la historia, con un movimiento de cámara hacia el frente y hacernos sentir el movimiento por medio de la cámara.

Imagen 5. Plano travel.



Fuente: Matando Cabos

Imagen 6. Plano travel 2.



Fuente: Matando Cabos

Imagen 7. Plano travel 3



Fuente: Matando Cabos.

Sintagmas

Después de Lucía

El filme resalta simbólicamente una serie de escenas donde la protagonista se presenta sobre elementos repetitivos que se producen y se relacionan con su estado anímico.

En este sentido, se encuentra presente el sintagma descriptivo. Aquí el personaje de Alejandra se encuentra refugiada en su recámara, ahí es común notar la ausencia de colores y predomina el espacio con las paredes en blanco y una cama. Para la protagonista este tipo de lugares juega un papel importante ya que lo ve como un refugio.

Imagen 8. Descriptivo No.1



Fuente: Después de Lucía

Así mismo, una siguiente escena trae con sí la imagen donde Alejandra se refugia después de la escuela. La cama de Alejandra es el refugio perfecto que simboliza paz y bienestar para ella.

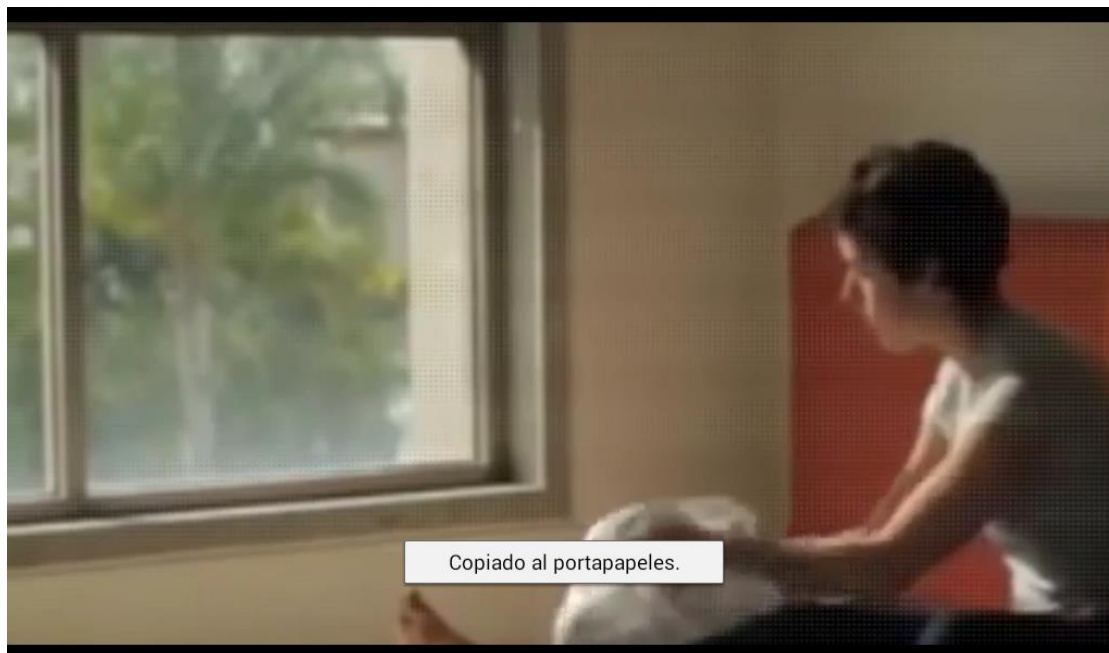
Imagen 9. Descriptivo No.2



Fuente: Después de Lucía

En la siguiente escena, después de ser agredida, se concentra en su cama solitaria con ausencia de sonido para reflexionar sobre la situación de acoso escolar que la acompaña.

Imagen 10. Descriptivo No.3



Fuente: Después de Lucía

Todas estas escenas se producen simbólicamente con paredes blancas, con fondos donde únicamente destaca una ventana, así como una cama, donde en ella presenta una situación de reflexión.

Un grupo de adolescentes son llevados a la playa como parte de un viaje propuesto por el instituto donde estudian, este es el pretexto perfecto en el para tener una reunión donde el tabaco y el alcohol son los elementos perfectos para acompañar la fiesta.

El personaje de Camila lleva un cigarro en la mano esto se lleva a cabo en la habitación del hotel donde se hospedan, Camilla en una posición de libertad hace uso del tabaco y del alcohol para demostrar madurez.

El consumo del tabaco

Despues de Lucía

Imagen 11. Chica fumando.



Fuente: Después de Lucía

El espacio utilizado es una habitación de hotel, este presenta dos camas con paredes de color amarillo y muebles donde se guarda la ropa. Ella porta un vestido rojo y un short azul con sandalias.

Posteriormente es el personaje de José quien se encarga de hacer uso del consumo de tabaco en la historia él plática en la fiesta celebrada con sus amigos indicando que el consumo del cigarro hace referencia al grado de libertad al que se puede obtener sin la vigilancia de adultos. El porta una playera blanca y un short azul.

Imagen 12. Chico fumando.



Fuente: Después de Lucía

Este consumo de tabaco se presenta en un contexto social en el que los adolescentes socializan bajo sus normas de conducta. Y las fiestas son el punto perfecto para llevar a cabo esta práctica.

Matando Cabos

En el filme Matando Cabos se puede notar un elemento que destaca dentro del sintagma descriptivo este se ve reflejado en el uso de la vestimenta en este caso es un traje el que pone como referencia simbólica a un personaje para llevar a cabo un enredo.

Imagen 13. Descriptivo No.4



Fuente: Matando Cabos

En este sentido el traje color café simboliza el estatus y reconocimiento por parte de los personajes para que la historia pueda llevarse a cabo.

En el caso del filme Matando Cabos se presenta un ejemplo de sintagma paralelo, mismo que, se puede apreciar a partir de la relación que presentan dos historias narradas en el mismo espacio y tiempo.

Imagen 14. Paralelo.



Fuente: Matando Cabos.

Estas dos historias se encuentran unidas en paralelo mediante una confusión que se presenta en la entrada del filme, ello, hace que las dos historias se relacionen paralelamente y los personajes tengan un mismo objetivo.

Imagen 15. Paralelismo.



Fuente: Matando Cabos

La primera historia trae consigo el accidente ocurrido a Luis Cabos con lo que se cree que este personaje está muerto; mientras la segunda muestra lo que aparentemente es el secuestro de este mismo personaje.

Cada una de las historias giran en relación a quién trae consigo el cuerpo de Luis Cabos, por ello es que el sintagma paralelo presentado en las diferentes historias termina por mencionar quién en realidad trae consigo a Luis Cabos.

Imagen 16. Confusión.



Fuente: Matando Cabos.

En relación al consumo del tabaco en el filme una de las escenas donde se realiza el consumo del tabaco es llevada a cabo en un contexto personal por el personaje llamado Botcha quien al esperar en momento del secuestro de Luis Cabos se encuentra dentro de un automóvil acompañado por su cómplice donde Botcha presenta una actitud de nerviosismo mientras da bocanadas al cigarro que porta.

Consumo del tabaco

Imagen 17. Hombre fumando No. 1



Fuente: Matando Cabos

El consumo de tabaco en esta escena se encuentra ligada a la situación de los nervios que el personaje presenta, donde hace uso de lenguaje coloquial. En este caso el personaje de Botcha este presenta características de clase social baja entre las que se encuentra: el hecho de pretender secuestrar a Luis Cabos para así cobrar rescate, la vestimenta negra, y el lenguaje coloquial que maneja. El personaje tiene el rol de villano.

En la segunda escena donde se presenta el consumo de tabaco esta se muestra en un contexto de socialización Javier junto con tres de sus amigos se encuentran en una cafetería. La actitud de Javier es de preocupación ante la situación que les ocurre; los cuatro se encuentran sentados en la barra del restaurante, tres de ellos con una copa en la mano mientras Javier lleva en la mano un cigarro y con la otra mano el puño cerrado sosteniendo su cabeza indican que este se encuentra en un estado de preocupación. El porta una camisa gris y un saco café. El ambiente de la cafetería es tenue con poca luz y cerrado. El personaje es un villano no

Imagen 18. Hombre fumando No.2



Fuente: Matando Cabos.

En la tercera escena donde se consume tabaco vuelve a ser Botcha quien hace el consumo de este min. 56:56 esta vez el contexto es social ya que se desarrolla en una fiesta la que es organizada para celebrar el aniversario de bodas de Luis Cabos. El fumador presenta un estado emocional de nerviosismo escuchando la plática de su novia y la amiga mientras él da bocanadas al cigarro ello en un ambiente lleno de fiesta, música, invitados y color con una temática hawallana dentro de un contexto de clase social alto.

Imagen 19. Hombre fumando No.3



Fuente: Matando Cabos.

Niñas mal

En el filme Niñas mal se muestra el sintagma plano autónomo inserto explicativo. En este primer plano Adela León sosteniendo una pizarra mostrándonos la situación que presenta, ello, sin diálogo el plano incorpora esta imagen estática para darnos una idea de lo ocurrido.

Imagen 20. Sintagma plano autónomo



Fuente: Niñas mal

Posteriormente un segundo plano muestra la situación donde Adela se muestra molesta e indignada por el trato que su padre le da a raíz de su personalidad rebelde en este caso no hace falta diálogo para saber que Adela se encuentra en una situación de malestar.

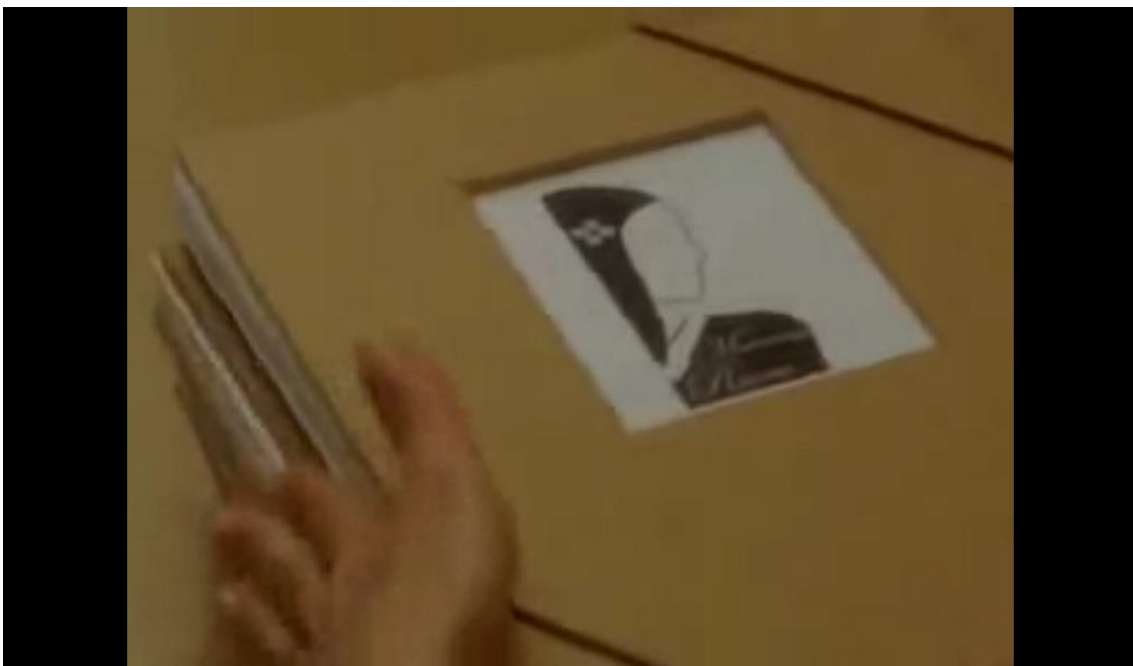
Imagen 21. Malestar.



Fuente: Niñas mal

En un tercer plano se muestra la imagen estática de un libro la cual busca crear las personalidades de un grupo de chicas que buscan ser las mujeres correctas en cuanto a rectitud, valores y feminidad que es parte importante en el filme. En este no hace falta una aclaración para que el espectador entienda el sentido.

Imagen 22. Valores.



Fuente: Niñas mal.

El consumo del tabaco

El consumo del tabaco en este filme se centra en un contexto social donde un grupo de adolescentes de clase social alta son llevadas a estudiar en una academia donde los valores, la rectitud y la buena educación son el tema central del filme.

El consumo de tabaco se lleva a cabo por Adela León

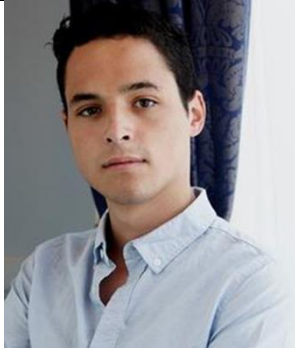
Imagen 23. En el jardín fumando.



Fuente: Niñas mal.

Cuadro 9. Representación social de personajes fumadores

Después de Lucia	Representación Social
<p style="text-align: center;">Camila</p> <p>Imagen 24. Camila.</p> 	<p>En el filme Camila representa a una chica rebelde quien es la antagonista de la historia, hacer sufrir a Alejandra es su pasatiempo favorito. Ella es una líder porque forma parte de un grupo de amigos afines a ella y a los que representa para consolidar su estatus.</p> <p>Vulnerar a los demás, en este caso a Alejandra ya que comete bullying a sin ningún tipo de remordimiento.</p> <p>Goza de libertar y roza en el libertinaje fumando, bebiendo alcohol y divirtiéndose con exceso con sus amigos del colegio los cuales se muestran afines a ella.</p>
<p style="text-align: center;">José</p> <p>Imagen 25. José.</p>	<p>José representa al chico adolescente galán que goza de buena condición física y económica. Él es un chico de clase social alta que asiste al colegio sin ningún remordimiento ante la situación de bullying que vive</p>



Alejandra.
Es un patán que seduce a Alejandra con fines sexuales para después dejarla.
Es un chico que vulnera la estabilidad emocional de Alejandra siendo participe de las agresiones físicas y emocionales a las que esta es expuesta.
Este hace consumo de alcohol y cigarro entre su círculo de amigos los cuales comparten su visión de madures.

Matando Cabos

Representación social

Botcha
Imagen 26. Botcha.



Botcha representa a un sujeto de clase media baja, resentido socialmente que busca vengarse de quien por muchos años ha sometido a su padre a diversas humillaciones.
El da todo por el reconocimiento de la persona que admira en este caso su padre (la familia primero).
Este representa a un sujeto de personalidad rígida para controlar las situaciones y a sí mismo a las personas más cercanas a él como es el caso de su novia y su cómplice.
Su rol es el de un matón sin escrúpulos, impulsivo y nervioso ante las situaciones que prevé para llevar a cabo sus fechorías.

<p style="text-align: center;">Javier</p> <p>Imagen 27. Javier</p> 	<p>Javier representa al novio de Paulina Cabos, es un hombre de clase social media baja el cual ante los problemas se mantiene firme y trata de dar soluciones, es un héroe jovial que quiere a su novia Paulina pero no le puede dar lo que ella necesita: atención y tiempo.</p> <p>Javier es un chico amiguero que anda por la vida con su mejor amigo siendo cómplices de aventuras en las resultan siendo héroes.</p>
Niñas mal	Rol Social
<p style="text-align: center;">Maca Rivera</p> <p>Imagen 28. Maca</p> 	<p>Maca Rivera es una mujer de 46 años que dirige una escuela para señoritas “bien” con las normas de conducta que una mujer deba tener para llevar a cabo un excelente matrimonio.</p> <p>Maca es una mujer que representa la feminidad, el buen gusto, el buen lenguaje, las normas de conducta y la rectitud en cuanto a los códigos de conducta de una mujer con clase.</p> <p>Así mismo, representa a una mujer noble capaz de entender y sentir, esto se refleja en el vínculo que se crea entre Adela. De manera en que las dos se identifican una con la</p>

	<p>rebelde que es y otra con la rebelde que fue.</p>
<p style="text-align: center;">Adela león</p> <p>Imagen 29. Adela.</p> 	<p>El rol de Adela León cumple con ser una chica rebelde de 17 años. Ella es rebelde e impulsiva que se deja llevar por sus sentimientos.</p> <p>Es una estudiante que ve la vida de manera sencilla, se ocupa de sí misma y va en contra de todo lo que los estereotipos femeninos propongan.</p>

Fuente: elaboración propia.

ANÁLISIS DE RESULTADOS ENTRE LAS TRES PELÍCULAS

Una vez aplicados los instrumentos de recolección de datos continuó el análisis de los tres filmes que enmarcan el escenario del consumo del tabaco: *Matando Cabos*, *Después de Lucía* y *Niñas mal* donde aparece la siguiente comparativa por categorías:

Características físicas:

Edad

Con relación a las características físicas de los personajes que hacen uso del consumo del tabaco se aprecia que estos tienen un rango de entre 16 y 45 años, observándose que el tabaco no es exclusivo de una edad.

Sexo

En cuanto al sexo de los personajes este se ve establecido a partir de tres personajes masculinos que hacen uso del consumo del tabaco **Botcha, Javier y Josue** y tres personajes femeninos **Adela, Maca y Camila** que hacen uso del consumo de tabaco en los diferentes filmes.

Tez

En cuanto al color de piel se establece que las mujeres que hacen uso del consumo del tabaco tienen tez blanca mientras en los hombres que hacen uso del consumo del tabaco su tez es blanca y morena.

Características psicológicas:

Dentro de las características psicológicas que presentan los personajes que hacen uso del consumo del tabaco se establece que:

Personajes femeninos

En el caso de los personajes femeninos que hacen uso del consumo del tabaco se presentan personalidades donde predomina ser liberal, extrovertida, impulsiva, buena amiga y sentimientos ligados a valores familiares, así como sociabilidad, responsabilidad de la educación del género, valores éticos y morales, así mismo, amistad con los demás viéndolos como parte de su formación y dirigiéndose con buenos consejos hacia sus alumnas y amigas.

Personajes masculinos

En el caso de los personajes masculinos que hacen uso del consumo del tabaco se presentan personalidades que demuestran arrepentimiento con respecto a sus valores e ideologías establecidas, indiferencia al dolor ajeno, únicamente piensa en su bienestar siendo ególatra, carácter frío, intolerancia y manipulación con la firme intención de asesinar a quien estorbe en su camino.

Rol social:

Así mismo, se muestra en los filmes que dentro de cada situación por la que pasan los personajes que hacen uso del consumo del tabaco en la mayoría de los casos se muestra una constante que es la de ser rebeldes y fingir madurez.

Personajes adolescentes

Es evidente que en los tres personajes adolescentes que muestran el consumo del tabaco están las ganas de salir y decidir fumar, esto les trae consigo independencia de los adultos, libertad y formar parte de determinado grupo o sector social en el que ellos pretenden ser incluidos.

En este caso los adolescentes transforman su estatus de niños a jóvenes queriendo iniciarse en lo que simbólicamente les hace referencia a lo que está bien o mal, es el caso de *Después de Lucía* y *Niñas mal* donde este grupo de adolescentes hacen uso del consumo del tabaco y donde simbólicamente ellos consideran que es un acto de rebeldía y de madures con respecto a sus propios amigos los cuales forman parte del mismo grupo.

Personajes adultos

En el caso de los tres adultos que hacen uso del consumo del tabaco es importante mencionar que estos se muestran también como rebeldes ante diversas situaciones por las que atraviesan y con las que tiene que lidiar.

Por otro lado, la carga simbólica que representan los tres filmes conlleva una situación entre las tres películas lo cual se puede apreciar en el consumo de tabaco en los personajes, dos categorías importantes son cómo se lleva a cabo entre adultos (naturalizado) y adolescentes (desnaturalizado).

El consumo naturalizado o Desnaturalizado del tabaco

Como es de esperarse en las tres películas analizadas los personajes llevan a cabo el consumo de tabaco en diferentes tipos de situaciones, en el caso de los adultos este se ve naturalizado porque conlleva una carga simbólica que permite a cada uno de ellos ser visto como adulto capaz de tomar decisiones con respecto a la ayuda de la situación en la que este, estos adultos fuman y no se les cuestiona en ningún minuto en los filmes sobre la situación de consumo a la que están expuesto, no, estos demuestran madures y le dan sentido a sus acciones mediante el consumo de este producto.

En lo que cabe a la otra vertiente los adolescentes que hacen uso del consumo del tabaco tienen una carga desnaturalizada de este consumo, ellos se ven como adultos pero no lo son, o es lo que pretenden hacer saber con el consumo del producto, además de ello verlos implica transgredir los valores que se manifiestan en diversas situaciones que muestran los filmes.

Por otro lado esta comparación de filmes comprueba que es relevante el consumo de tabaco en las tres películas seleccionadas porque se lleva a cabo este acto de fumar sin ninguna restricción.

Contexto entre adultos y jóvenes

Partiendo de lo anterior se demuestra en los filmes que el contexto de cada personaje y sobre todo entre adultos y jóvenes es diferente, en lo que respecta a los adolescente este contexto trae consigo las fiestas, reuniones sociales, la escuela como lugar de encuentro con los compañeros que son similares a ellos y con los cuales pueden tener la interacción adecuada para llevar a cabo el consumo del cigarro.

En el caso de los adultos, la situación cambia, aquí ellos tienen que lidiar con la violencia que se genera en los barrios donde se desarrollan las historias, discriminación y falta de oportunidades rodean a los personajes que hacen uso del tabaco, así mismo se constituye un sector poblacional donde estos tienen que luchar por un trabajo donde la distinción social es importante.

De acuerdo con lo anterior y partiendo del análisis de la información encontrada en cada filme se muestra también que la mayoría de las preguntas de investigación fueron contestadas encontrándose las siguientes características.

CONCLUSIONES

Las situaciones donde aparecen los fumadores de tabaco en las historias narradas fílmicamente conllevan temáticas distintas donde es notoria la participación del tabaco dentro de ellas, mientras que en *Matando Cabos* se mezcla los géneros crimen, acción, comedia y aventura donde el protagonista y el antagonista hacen uso del consumo de tabaco por situaciones como son: estrés y nerviosismo principalmente. En *Después de Lucía* las cosas cambian ya que este filme se centra en un drama, en el que los amigos adolescentes de Alejandra hacen uso del consumo del tabaco demostrando empoderamiento ante los demás. Asimismo se presentan dentro de este género situaciones sociales que intervienen en la estabilidad de la protagonista colocándola en situación de vulnerabilidad. Esto cambia en las situaciones que se presentan en el filme *Niñas mal* donde esta historia se enmarca dentro del género de comedia con situaciones donde un grupo de señoritas son educadas con rigor para mejorar las normas de conducta y ser esposas modelo esto hará que la protagonista se revele a los estereotipos y cánones de conducta que las mujeres deben seguir, ello, haciendo uso del consumo del tabaco mientras la antagonista Maca rivera se identifica con con adela en su rebeldía ante la sociedad.

Es notoria la participación de estados emocionales en los personajes que hacen uso del consumo del tabaco, en el caso de *Después de Lucía* la euforia en las fiestas sobre todo de adolescentes donde la música y la charla, así como el vínculo amistoso además de estar inscrito el consumo del tabaco también está presente el consumo del alcohol, este provoca que se genere en los adolescentes un estado emocional en que se presentan características como la desinhibición en la personalidad haciendo más emotivo y feliz al que consume tabaco y alcohol.

En el caso de *Niñas mal* el estado emocional que se presenta en el personaje es por el contrario de reflexión, convirtiendo a la tercera adolescente en una máquina de pensamientos reflexivos sobre su situación emocional, lo que la motiva y desmotiva a seguir sus impulsos, sus creencias y reafirmar su personalidad y su rol de rebelde donde esta se muestra reflexiva y siempre acompañada del tabaco.

En el caso del estado emocional que acompaña a dos de los adultos que hacen uso del consumo del tabaco este es el caso de *Matando Cabos* estos dos personajes masculinos siempre se muestran en una situación emocional donde los nervios son el mejor acompañante del consumo del tabaco. Esto mediante una serie de aventuras por las cuales estos dos personajes tienen que pasar y situaciones con las que tienen que pasar poniéndolos en graves aprietos y por lo tanto generando en ellos emociones de angustias las cuales implican que tiene que consumir tabaco

Por otro lado los movimientos corporales en los cuales los personajes recrean el consumo del tabaco están ligados de manera oportuna y constante en la relación adolescente-adulto estos se presentan cruzando las piernas, aspirando profundamente y exhalando el humo de manera natural simulando ser expertos en el tema. También se presenta este consumo donde los personajes estando de pie y con naturalidad el inhalar y exhalar el humo del cigarro se presentan con autoridad y seguridad al colocar el cigarro en la boca simulando madurez y confianza. En el caso de los personajes adultos estos simulan levantar el brazo con mucha seguridad y aspirar el cigarro para simular tranquilidad y desastres. Sentados o de pie los personajes suelen mover las manos con naturalidad, platicar, sonreír y debes en cuando cruzar las piernas simulando interés en las acciones realizadas como es el caso de una plática.

Los discursos que se utilizan dentro de las representaciones se encuentran sumamente ligadas a los contextos que estos personajes atraviesan.

Los personajes los cuales dentro de las tres historias tienen el rol principal en cuanto a hacer uso del consumo del tabaco se presentan como protagonistas y antagonistas dentro de estas, por ejemplo en *Matando Cabos* donde se presentan dos personajes son en los que recae la acción del uso del tabaco, estos personajes son de edad adulta en este filme, en lo que respecta a *Después de Lucía* los personajes juegan un papel donde son adolescentes en la que estos no son protagonistas sino antagonistas en el filme, aquí son dos personajes una adolescente (Camila) y un adolescente (José) son quienes hacen uso del consumo del tabaco. Lo que en el caso de *Niñas mal* conlleva una situación en la que son dos mujeres las que hacen uso del consumo del tabaco, siendo una de ellas la protagonista Adela León y la otra la coprotagonista Maca Ribera las que adoptan la posición de consumidoras de tabaco. Ello pone en la mira a los personajes en los cuales resulta que son tres hombres y tres mujeres los que realizan uso del consumo del tabaco.

Dentro de las escenas que enmarcan el filme *Niñas mal* se presentan de manera constante la imagen religiosa de la cruz cristiana, esta cobra sentido ya que el tema de la película está dirigido a las normas y conductas sociales dentro del marco de una clase social en México.

En este sentido, se presenta el símbolo de la cruz para dar énfasis en las normas de conducta que se encuentran establecidas para generar realismo en el filme. Esto se puede observar en la siguiente imagen.

Imagen 30. Cruz.

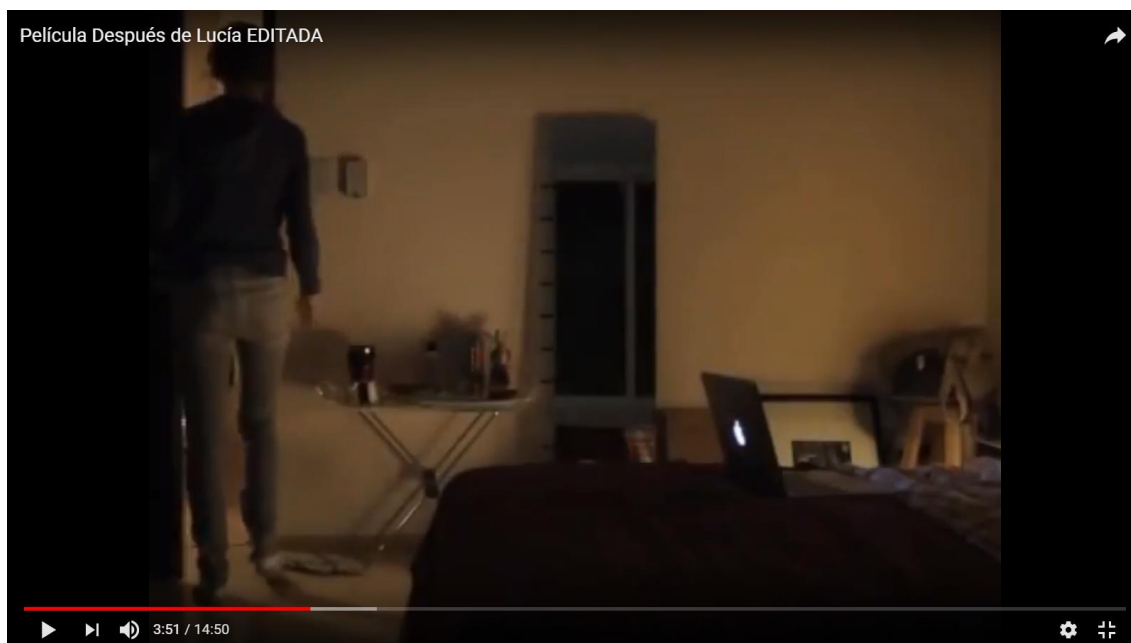


Fuente: Niñas mal.

En el caso del filme Después de Lucía la escena que enmarca la presencia de símbolos se encuentra en la presencia de la marca Apple en la laptop de la protagonista Alejandra.

En este caso demuestra que el poder adquisitivo de la protagonista es de nivel socioeconómico alto y se encuentra presente en su cotidianidad para las diversas actividades que el personaje presenta. La imagen muestra ciertos objetos simbólicos que están cargados de este mensaje, tal y como se muestra en la siguiente imagen.

Imagen 31. Apple.



Fuente: Después de Lucía.

El tema de los vicios se encuentra presente dentro de las tres películas analizadas por ejemplo en *Matando cabos* se presenta no sólo acompañado del consumo del tabaco sino que el consumo del alcohol se encuentra presente en los personajes que si bien no se muestra en gran medida si se nota la disposición al hacer uso de este producto, en el caso de “*Después de Lucía*” también es notorio el consumo del tabaco donde adolescentes no sólo hacen uso de este producto sino que en este se muestra también el consumo del alcohol ello en una fiesta donde no están bajo la supervisión de adultos. En el caso de “*Niñas mal*” el consumo de tabaco está presente acompañando a Adela en sus momentos de soledad, pero no solo es el tabaco sino también el consumo de alcohol el que se hace presente acompañando a los personajes dentro de la historia. Por lo que, en efecto, los vicios como el tabaco son representados dentro de los tres filmes acompañados de otras sustancias alcohólicas siendo parte de las andanzas de los personajes que hacen uso del consumo de estos.

A partir de la investigación realizada sobre el consumo del tabaco en los filmes *Matando cabos*, *Después de Lucía* y *Niñas mal* y partiendo del supuesto de que el cine mexicano fomenta la práctica del consumo del tabaco a través de asociaciones positiva entre el hábito de fumar y éxito/felicidad y el glamour

de una persona para crear estereotipos comprueba de manera que este supuesto se construye a partir de los filmes analizados.

En este sentido el éxito/felicidad y el glamur, son parte del eje que abordan los filmes, ya que estos representan problemáticas sociales en que algunos individuos están inscritos y en los cuales se produce el acto de fumar.

Si bien el consumo de tabaco está relacionado a patrones de conducta y socialización en los filmes analizados estos son generados por factores como el estado anímico de los personajes y por las emociones que genera en los adolescentes como la sensación de madurez que presentan.

Es así como el supuesto de partida se cumple generando otros hallazgos como el de las sensaciones de madures, los adolescentes fuman por socializar y sentirse adultos, y los adultos fuman por las sensaciones de tranquilidad en su inestabilidad social que los impulsa a la necesidad de consumir tabaco.

En lo que respecta al tema de las representaciones sociales esta teoría presenta un panorama que engloba el universo simbólico, esto se ve reflejado en las diferentes películas analizadas donde, las posturas corporales que se presentan en el comportamiento de los personajes a la hora de hacer uso del consumo del tabaco, así como gestos, colores que los rodean en el ambiente donde se produce el consumo, y sus acciones se muestran implícitamente en las películas provocando vinculación con los personajes.

Las representaciones sociales tienen un papel importante dentro del pensamiento social nos dirán como la gente percibe la realidad, esto se ve reflejado en la apropiación que el cine hace de esa realidad y como la gente la mira con normalidad o desagrado mediante procesos de pensamiento e ideología.

El cine nos hace parte de esa realidad, nos hace tener sentido común porque muestra situaciones sociales con problemáticas de la vida cotidiana, donde en este caso el consumo del tabaco se muestra y persuade al consumo de éste, naturalizando su consumo con situaciones familiares como la madurez y la rebeldía causando impacto en el espectador para así neutralizarlo y volverlo parte de nosotros.

Por ello, el cine mediante las representaciones sociales refuerza la cotidianidad, todo lo que vemos, construimos y aprendemos mediante procesos de

comunicación; es parte de nuestro consumo donde las representaciones sociales producen significados en los que percibimos la realidad, para así vincularnos con ella.

Por ello, dentro de este análisis surgen otras preguntas sobre el tema, entre ellas se encuentran ¿cómo afectan estas imágenes del cine infantil a los niños?, ¿Cuáles son las condiciones socioeconómicas de los personajes que realizan dicha práctica? Sin duda el consumo del tabaco en los tres filmes analizados es tema de interés público ya que se presenta y genera discusión sobre su uso. Como tema de salud pública este debe ser tratado con la mayor responsabilidad posible adecuando la problemática que presenta como realidad social que diariamente induce a la adicción entre jóvenes y adultos que están no solo expuestos al consumo del tabaco sino a gran cantidad de adicciones.

Hoy por hoy, esta exposición del consumo del tabaco genera pautas de consumo que como ya se vio aluden a problemáticas sociales que representan los medios de comunicación no sólo entre personajes ficticios, sino que son parte de una realidad de la que todos estamos expuestos.

BIBLIOGRAFÍA

Yañis, Adolfo S. Annetta, Verónica. (s.f). Bacco, Tabaco e Venere, Riduceno L
oumo in Genere. Historia del tabaco y del tabaquismo. Recuperado de
[http://otorrino-tornu.com.ar/descarga/producto/782-282-
HISTORIA%20DEL%20TABACO%20Y%20DEL%20TABAQUISMO.pdf](http://otorrino-tornu.com.ar/descarga/producto/782-282-HISTORIA%20DEL%20TABACO%20Y%20DEL%20TABAQUISMO.pdf)

El Atlas del Tabaco 3ra edición (2009). Recuperado de www.tobaccoAtlas.org

La publicidad del tabaco y los jóvenes. Datos clave. 2008.
(http://global.tobaccofreekids.org/files/pdfs/es/APS_youth_facts_es.pdf.)
consultada 28 de febrero de 2017.

Un nuevo siglo de cine mexicano.
(<http://cinemexicano.mty.itesm.mx/pelicula11.html>) consultada 25 de
febrero de 2017).

La publicidad del cigarrillo, vencedora de campañas en contra; en México, un
sigo de eficacia. Proceso 29 diciembre 1990.
([http://www.proceso.com.mx/156303/la-publicidad-del-cigarrillo-
vencedora-de-campanas-en-contra-en-mexico-un-sigo-de-eficacia](http://www.proceso.com.mx/156303/la-publicidad-del-cigarrillo-vencedora-de-campanas-en-contra-en-mexico-un-sigo-de-eficacia))
consultada 15 de febrero 2017.

¿Sirven las horribles imágenes en las cajetillas de cigarrillos para dejar de
fumar?

BBC Mundo, 24 noviembre 2014
([http://www.bbc.com/mundo/noticias/2014/11/141124_cigarrillos_imagen
es_am](http://www.bbc.com/mundo/noticias/2014/11/141124_cigarrillos_imagenes_am)) consultada 14 de febrero de 2017.

Atlas del tabaco 2002, disponible en
[http://www.cofemer.gob.mx/expediente/v99/02.0832.030707.5/21-
EL%20ATLAS%20DEL%20TABACO%20espa%C3%B1ol%20resumen.p
df](http://www.cofemer.gob.mx/expediente/v99/02.0832.030707.5/21-EL%20ATLAS%20DEL%20TABACO%20espa%C3%B1ol%20resumen.pdf). Consultada 15 junio de 2016.

Atlas del tabaco 2009, disponible en
<https://coalicioncmct.files.wordpress.com/2010/07/atlas-del-tabaco.pdf>.
Consultada 22 de noviembre de 2016.

Nuevo cine mexicano, 2017. Disponible en <http://www.milenio.com/firmas/luis-a-guadarrama-rico/Nuevo-cine-mexicano-18-293550645.html>. Consultada 21 de febrero de 2017.

La publicidad del tabaco y los jóvenes, 2008. Disponible en http://global.tobaccofreekids.org/files/pdfs/es/APS_youth_facts_es.pdf. Consultada 25 de febrero de 2017.

Raquel Casitas, Ruth Garcí'a-Garcí'a y Miguel Barrueco. 2009 El cine como vector de expansión de la epidemia tabáquica. (Disponible en <https://medes.com/publication/49948>. Consultado el 20 de marzo de 2017).

Bianco Eduardo. 2004. Mujeres, industria tabacalera y marketing. Revista mujer salud/ red de salud de las mujeres latinoamericanas y del caribe RSMLAC 3. (Disponible en <http://personales.unican.es/ayestaf/esh/Mujeres,%20industria%20tabacalera%20y%20marketing.pdf>. Consultado el 17 de marzo de 2017).

Mejía Raúl, Braun Sandra, Morello Paola, Peña Lorena, Cattano Christy Kollath, Sargent James D, Thrasher James Francis. Análisis de las películas más taquilleras del 2004 al 2012 El cine y tabaquismo en Argentina (disponible en <http://www.cedes.org/tabacoycine/wp-content/uploads/2014/09/ElcinetabaquismoenArgentina.pdf> consultada el 30 de marzo de 2017).

Giraldo Gustavo A., Valdelamar Fabiola y Giraldo Fernanda. Cine, moda y tabaquismo (Disponible en. Consultada el 30 de marzo de 2017).

Peliculas sin tabaco: de la evidencia a la acción 2016 (disponible en <http://iris.paho.org/xmlui/handle/123456789/18552> Consultada el 21 de junio de 2016).

Montes Julio, Alvares María L. Tabaco y medios de comunicación en España: una atracción fatal. (Disponible en <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0213911106714546>. Consultada el 31 de octubre de 2016).

Araya Umaña Sandra. 2002. Las representaciones sociales: ejes teóricos para su discusión. (Disponible en: <http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/ICAP/UNPAN027076.pdf> Consultado el 16 de abril de 2017).

Mora Martín. 2002. La teoría de las representaciones sociales de Serge Moscovici. (Disponible en <http://atheneadigital.net/article/view/55> consultado el 17 de abril de 2017).

Moscovici Serge. 1979. El psicoanálisis, su imagen y su público. (Disponible en: http://www.academia.edu/5635236/Libro_Moscovici_Serge_El_Psicoanalisis_Su_Imagen_y_Su_P%C3%BAblico Consultado el 18 de abril de 2017).

Sayago Sebastián, 2014. El análisis del discurso como técnica de investigación cualitativa y cuantitativa en las ciencias sociales. Cinta de Moebio, núm. 49, 2014, pp. 1-10. Universidad de Chile. Santiago, Chile. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=10131417001>

Guadarrama Luis, 2014 nuevo cine mexicano. (Disponible en: http://www.milenio.com/firmas/luis_a_guadarrama_rico/Nuevo-cine-mexicano_18_293550645.html consultada el 20 de noviembre de 2017).

Ritzer Georges, 1993. Teoría Sociológica Contemporánea. Disponible en: [http://www.trabajosocial.unlp.edu.ar/uploads/docs/teoria_sociologica_contemporanea_ritzer_george.com\).pdf](http://www.trabajosocial.unlp.edu.ar/uploads/docs/teoria_sociologica_contemporanea_ritzer_george.com).pdf) Consultado el 18 de agosto de 2017).

Instituto Nacional de Salud Pública, 2012. Encuesta Nacional de Salud y Nutrición, 2012 (Disponible en: https://ensanut.insp.mx/doctos/FactSheet_ResultadosNacionales14Nov.pdf)

Consultado el 20 de mayo de 2017).

Cámara Nacional de la Industria cinematográfica, 2015. Resultados definitivos 2015. (Disponible en: canacine.org.mx/wp-content/uploads/2014/04/Resultados-Definitivos-2015-ATI-1-1.pdf) Consultada el 25 de mayo de 2017).

CASITAS R, GARCIA-GARCIA R, BARRUECO M, 2009. El cine como vector de la expansión de la epidemia tabáquica. (Disponible en: <https://medes.com/publication/49948> consultada el 22 de abril de 2017).

Giraldo A. Valdelamar F. y Giraldo F. 2004 Cine, moda y tabaquismo (Disponible en: https://www.amc.edu.mx/revistaciencia/images/revista/55_4/Cine_moda_tabaquismo.pdf) Consultada el 22 de junio de 2017).

Montes J. Álvarez ML. 2016 Tabaco y medios de comunicación escritos en España: una atracción fatal (Disponible en: <https://medes.com/publication/19259> consultada en 24 de mayo de 2017).

Christian Metz. 1966. Análisis estructural del relato. (Disponible en: https://monoskop.org/images/2/26/Barthes_Roland_Todorov_Tzvetan_El_analisis_estructural_del_relato_1970.pdf consultada 25 de septiembre de 2017).

Franco, Michel. Constandse, Marco Polo. Menassé, Elías. Rovzar, Fernando. Fridman, Alexis (productores) y Franco, Michel (director). (2012). Después de Lucía. México. Coproducción México-Francia; Lemon Films / Marco Polo Constandse / Pop Film.

López, Isabel. Rivera, Carolina (productores) y Sariñana, Fernando. (director). (2007) Niñas mal. México. Columbia Pictures Producciones México.

Rovzar, Billy. (productor) y Lozano, Alejandro (director). (2004). Matando Cabos. México. Lemon Films.