

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 experiencia cinematográfica en la Delegación Coyoacán

TRABAJO RECEPCIONAL
QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADA EN COMUNICACIÓN Y CULTURA

PRESENTA

ITZE GARCÍA JIMÉNEZ

Director del trabajo recepcional

Dr. Jerónimo Luis Repoll

Ciudad de México, noviembre de 2017.

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

Un profundo agradecimiento primeramente a Dios, porque de Él proviene la sabiduría, la inteligencia, el conocimiento y la prudencia, y gracias a ÉL yo he llegado hasta el final de mi carrera universitaria. También quiero agradecer a mi padre Ramón García Díaz, que aunque ya no está entre nosotros, fue un consejero para realizar mis sueños. A mi madre Silvia Jiménez Serralde por su apoyo moral e incondicional a lo largo de mi formación profesional. También agradecer a cada uno de mis lectores que aportó en este trabajo de investigación, pero principalmente al Dr. Jerónimo Luis Repoll mi director de tesis que con mucha paciencia y amor me ayudó a lograr este trabajo. Por lo que haya sido y será.

Gracias.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	5
CAPÍTULO 1. CONSTRUCCIÓN DE OBJETO DE ESTUDIO	10
1.1. Pregunta general de investigación	10
1.1.1. Preguntas específicas de investigación	10
1.2. Objetivo general	10
1.2.1. Objetivos particulares	11
1.3. Justificación	11
CAPÍTULO 2. ANTECEDENTES	13
2.1. Los cines antiguos de Coyoacán	14
2.1.1. Cine Cuauhtémoc	15
2.1.2. Cine San Buenaventura	15
2.1.3. Cine Coyoacán	16
2.2. Salas de cine actuales en la delegación Coyoacán	19
CAPÍTULO 3. MARCO TEÓRICO	22
3.1. Estudios culturales de audiencia y la nueva historia del cine	23
3.2. Consumo cultural	25
3.3. Modelos de consumo de cine	27
3.3.1 Modelo 1. El consumo es el lugar de reproducción de la fuerza de trabajo y de la expansión del capital	27
3.3.2 Modelo 2. El consumo es el lugar donde las clases y los grupos compiten por la apropiación del producto social	29
3.3.3 Modelo 3. El consumo como lugar de diferenciación social y distinción simbólica entre los grupos	30
3.3.4 Modelo 4. El consumo como sistema de integración y comunicación	31
3.3.5 Modelo 5. El consumo como escenario de objetivación de los deseos	32
3.3.6 Modelo 6. El consumo como proceso ritual	33
3.4. Transformación de salas de cine en la Ciudad de México	34

3.5. Marco de análisis de la experiencia cinematográfica.....	38
CAPÍTULO 4. ESTRATEGIA METODOLÓGICA.....	40
4.1. Enfoque metodológico.....	40
4.2. Guías de entrevista.....	41
4.2.1. Guía de entrevista etapa infancia.....	41
4.2.2. Guía de entrevista etapa juventud.....	43
4.2.3. Guía de entrevista etapa adulta.....	44
4.3. Estrategia de aplicación de entrevistas y análisis.....	46
CAPÍTULO 5. ANÁLISIS DE LA EXPERIENCIA CINEMATOGRAFICA DE HABITANTES DE LA DELEGACIÓN COYOACÁN. INFANCIA, JUVENTUD Y EDAD ADULTA.....	49
5.1. Cine y economía.....	49
5.2. Tecnología y cine.....	53
5.3. Transformación de las salas de cine.....	56
5.4. Cine, ficción y realidad.....	57
5.5. Memoria y cine.....	60
5.6. Cines y rituales.....	62
5.7. Cine americano y mexicano.....	64
5.8. Cine e intermedios.....	65
5.9. Cine y generaciones.....	67
CAPÍTULO 6. CONCLUSIONES.....	69
BIBLIOGRAFÍA.....	72

INTRODUCCIÓN

El florecimiento del cine mexicano coincide con el inicio de la estabilidad política posterior a la Revolución, materializada en el gobierno de Lázaro Cárdenas, el primer presidente que se mantuvo en el gobierno durante los seis años que establecía la Constitución. El desarrollo de las artes que tuvo lugar en la década de 1930 también alcanzó al cine, el número de producciones fue en aumento y poco a poco la cinematografía mexicana se afianzó primero en el gusto nacional y luego en el regional. Las políticas reformistas de Cárdenas, que incluían entre otras la nacionalización del petróleo, alcanzarían también al cine. Cárdenas desarrolló distintas estrategias para impulsar la cinematografía nacional y en 1938 la industria del cine era la más grande después de la industria petrolera: la comedia ranchera sitúo a México como el mayor exportador de películas entre los países latinoamericanos (King, 1994: 77). Este apoyo estatal continuó con el régimen del presidente Manuel Ávila Camacho (1940-1946), quien a su vez vio como la cinematografía nacional tomaba un nuevo impulso producto de la Segunda Guerra Mundial y la entrada de los Estados Unidos en el conflicto (Silva, 2011: 13).

Tal como señaló García Riera (1943) el cine mexicano nació en una época difícil, por la experiencia revolucionaria que el país acababa de pasar y de la que se esperaba efectos y resultados que no eran del todo previsibles y entre otras circunstancias porque todas las cinematografías nacionales en castellano y las de otros idiomas tenían los ojos puestos en Hollywood y en sus intentos de convertirse en una suerte de capital políglota del cine de todo el mundo.

En este sentido, el presente trabajo de investigación tiene como objetivo analizar la experiencia cinematográfica en la delegación Coyoacán de la Ciudad de México. Como experiencia cinematográfica nos referimos a la experiencia de ir al cine, práctica articulada a la vida cotidiana, tal como lo explora la corriente de la “nueva historia del cine”, donde lo central ya no son las películas, sino el significado de ir al cine en diferentes etapas de la vida (infancia, juventud y etapa

adulta). Esto supone un enfoque centrado en el contexto socio histórico. Debemos aclarar en este punto que este trabajo se desprende del proyecto Cultura de la Pantalla en la Ciudad de México¹, realizado por la Universidad Autónoma de la Ciudad de México (UACM), la Universidad Iberoamericana (IBERO), y la Universidad Autónoma Metropolitana en sus unidades Xochimilco y Cuajimalpa.

El proyecto mencionado procura analizar el rol social del cine en la Ciudad de México, indagando las carteleras cinematográficas, la infraestructura de exhibición y la experiencia de ir al cine a lo largo del siglo XX.

En el presente trabajo, no sólo se acota geográficamente a la delegación Coyoacán, sino que se concentra en la experiencia de ir al cine. Para ello, se realizaron 30 entrevistas a profundidad divididas en tres grupos de edades, el primero de 30 a 40 años de edad, el segundo de 41 a 60 años y el tercero de 61 años en adelante.

Las 30 entrevistas realizadas arrojaron temas relevantes dentro de esta investigación, a saber: economía, tecnología, transformación de salas de cine, ficción y realidad, memoria, cine mexicano y americano, rituales; cada uno de estos temas emergieron a partir del análisis de los resultados de las entrevistas.

Para la construcción histórica y referencial, en este trabajo de investigación se retoman autores que ofrecen un panorama sobre lo que es el cine mexicano. Uno de ellos es Aurelio de los Reyes (1983) quién estudia el nacimiento del cine mexicano a partir de los hermanos Lumière, los inventores del cine:

El miércoles 5 de agosto de 1896 anunciaba *El Nacional* la próxima exhibición de un aparato óptico llamado cinematógrafo Lumière, invento que había sido recibido con beneplácito por los principales estadistas europeos. Otro diario agregaba que la primera función sería exclusiva para reporteros y 'grupos científicos'. La

¹ Esta investigación se desprende de un proyecto más amplio, denominado Cultura de pantalla en la Ciudad de México, coordinado por Maricela Portillo, Vicente Castellanos y Jerónimo Repoll. Por cultura de pantalla se entiende: experiencia cinematográfica y su relación con las ideologías, históricas y contemporáneas.

exhibición se efectuó el catorce de ese mes en el entresuelo de la droguería Plateros, de la calle Plateros 9 (De los Reyes, 1983:40).

A partir de la llegada del cine a México, empezaron a aparecer directores que impulsan la realización de las primeras películas mexicanas. Una industria que se desarrolla con mayor velocidad e intensidad a lo largo de la segunda mitad del siglo XX. Así lo relata Ana Rosas Mantecón:

A lo largo de la segunda mitad del siglo XX, el Estado fue desarrollando una gestión Industrial integrada al sector, la cual permitió tener un papel destacado dentro de la industria cinematográfica y apoyar a la producción de las películas mexicanas en los mercados de habla hispana (Rosas, 2013: 41).

A pesar de las dificultades que tuvo el cine mexicano, este fue progresando poco a poco. En las primeras décadas del siglo XX y XXI, México presenció la transformación de los teatros en cines, de los cines en estacionamientos, y de los estacionamientos en centros comerciales. El ciclo de los Hermanos Lumière no había acabado, sin embargo el cine ya no era el único lugar donde ver una película, como lo menciona Rosas Mantecón:

Así como en las primeras décadas del siglo México atestiguó la transformación de los teatros en cines, en los años recientes nos tocó presenciar la de los cines en estacionamientos, centros comerciales, auditorios, bares, taquerías, salones para fiestas infantiles, bodegas, locales para renta de videos, fábricas, teatros, centros de espectáculos o espacios sin uso. Sabemos ahora que no acabó la comunión colectiva cinematográfica pero sí se extinguieron la mayoría de sus templos originales: las grandes salas y los cines de barrio (Rosas, 2013: 46).

La transformación que sufren las salas de cine es uno de los temas dentro de esta investigación. El cine ya no será el único espacio para ver una película. Esto es relevante por cuanto afecta la experiencia de “ir al cine”. Ahora existen otras alternativas que hacen que las personas no asistan con regularidad a una sala de cine. La autora Ana Rosas Mantecón, habla sobre este tema y dice que las salas

son: Centros comerciales, taquerías, bares, salones de fiesta, y principalmente la TV:

Ciertamente no concluyó el ciclo Lumière, pero las salas dejaron de ser el espacio único y el privilegiado para ver películas; fue cambiando también el lugar de la asistencia a los espacios de exhibición en la vida cotidiana de los urbanitas. Sin embargo, no podemos argumentar simplemente que la televisión le ganó la partida al cine. Tampoco lo hizo el video. Para entender el descenso de espectadores y de salas de cine necesitamos una explicación más compleja que comprenda los cambios en la ciudad, en las ofertas culturales y en las prácticas de consumo de sus habitantes (Rosas, 2013: 41).

En la actualidad las prácticas de consumo cultural de cine en los habitantes de la delegación Coyoacán fueron modificadas. De acuerdo a las entrevistas hechas en esta investigación, las personas utilizan otros medios para ver una película, por ejemplo: Tablet, teléfono celular, o computadora.

Esta investigación está dividida en seis capítulos. Cada capítulo está estructurado de acuerdo a lo que se investigó sobre el tema.

En el primer capítulo se realizó la construcción del objeto de estudio; en este sentido, se buscó analizar la experiencia cinematográfica en la delegación Coyoacán, asimismo se llevaron a cabo preguntas de investigación con el propósito de recuperar y documentar las experiencias cinematográficas de los espectadores de la oferta fílmica de los cines de la delegación Coyoacán.

En el segundo capítulo se presenta una breve descripción de las salas de cine antiguas y actuales en la delegación Coyoacán, en estas últimas se aprecian tres tipos de cine dirigidos a sectores específicos de la población.

En el tercer capítulo se aborda el marco teórico a partir de la nueva historia del cine, las transformaciones de las salas y el consumo de cine. Para este capítulo se retoma al autor Néstor García Canclini quién propone seis modelos de consumo cultural y que se consideran relevantes para llevar a cabo nuestro análisis.

En el cuarto capítulo se expone la estrategia metodológica, que incluye el diseño y la realización de un cuestionario semiestructurado dividido en tres etapas: niñez, juventud y edad adulta. Este es epicentro de la tesis, ya que tiene el propósito de entender las experiencias que las personas han adquirido con el cine a partir de su infancia.

El quinto capítulo se realiza el análisis de la experiencia cinematográfica de habitantes de la delegación que estudiamos, se hace uso de sus experiencias de vida obtenidas a través de entrevistas que abarcaron las etapas ya señaladas.

En el último capítulo se presentan las conclusiones que destacan las características y evolución en las formas de consumo del cine de los habitantes de Coyoacán.

CAPÍTULO 1

CONSTRUCCIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO

Este proyecto de investigación tiene como objetivo analizar la experiencia cinematográfica en la delegación Coyoacán, para ello se realizaron entrevistas a 30 personas de diferentes grupos de edad, el primer corte fue de 30 a 40 años, el segundo de 41 a 60 y el tercero de 61 años en adelante, de igual manera los entrevistados pertenecen a dos tipos de clases socioeconómicas, media baja y media alta.

1.1. PREGUNTA GENERAL DE INVESTIGACIÓN

¿Cuál ha sido la experiencia cinematográfica de los habitantes de la delegación Coyoacán a lo largo del siglo XX?

1.1.1. PREGUNTAS ESPECÍFICAS DE INVESTIGACIÓN

¿Cuál es la importancia del cine en la cultura y en la vida cotidiana de los habitantes de la delegación Coyoacán?

¿Cómo la historia del cine en la delegación Coyoacán puede vincularse a la historia sociocultural de sus espectadores?

¿De qué manera la experiencia de “ir al cine” ha moldeado la vida cultural, social y personal de los coyoacanenses?

¿Cómo han sido históricamente aceptados o rechazados los contenidos de las películas en la delegación de Coyoacán?

1.2. OBJETIVO GENERAL

Analizar la experiencia cinematográfica y su articulación con la historia sociocultural de los habitantes de la delegación Coyoacán.

1.2.1. OBJETIVOS PARTICULARES

Recuperar y documentar las experiencias cinematográficas de los espectadores de la oferta fílmica de los cines de la delegación Coyoacán.

Analizar de qué manera la experiencia de “ir al cine” ha moldeado la vida cultural, social y personal de los coyoacanenses.

Identificar cómo han sido históricamente aceptados o rechazados los contenidos de las películas en la delegación de Coyoacán.

1.3. JUSTIFICACIÓN

El cine mexicano tiene una gran historia dentro de nuestro país. Desde sus inicios se convirtió en un medio de entretenimiento relevante para las familias mexicanas, ya que ofreció diversión, distracción y una nueva forma de conocer otros mundos. El cine es mucho más que ‘fábrica de sueños’; es la escuela de las psicologías individuales, es la visión de lo deseable. [...] El cine concentra la señalización de la vida moderna y así sea de modo superficial, habitúa a los cambios: la destrucción o el abandono de la vida agraria, la erosión de los hábitos que se creían indestructibles, las opresiones de la industrialización (Monsiváis, 1994: 21).

Rosas Mantecón (1998) señala que el estudio de los públicos de cine en México aún está por hacerse, dada la concentración de la investigaciones sobre oferta y distribución y por otra parte, porque los estudios que se enfocan en el público son de carácter ensayístico, recurriendo apenas 20% de datos empíricos. La generalidad y las hipótesis suelen ser las características de estos ensayos, pero no suelen contrastarse con información empírica.

Llama la atención que mientras la preocupación sobre la dominación ideológica, en el marco de lo que más tarde se llamó imperialismo cultural, no se hayan realizado estudios cualitativos del público. En un análisis de los estudios de recepción en México entre 1960 y 2010 Padilla et al. (2012) analizaron 691 trabajos y encontraron que el cine solo ha sido objeto de estudio en 5.3% de ellos.

Los señalamientos previos develan la necesidad de realizar estudios cualitativos del público cinematográfico. Por otra parte, en función del carácter histórico de este trabajo, es urgente evitar la pérdida de la experiencia cinematográfica que atesoran las personas adultas mayores, que por muerte o enfermedad están en peligro de perderse para siempre. De hecho, de las primeras generaciones de espectadores de cine ya no podremos recuperar su experiencia cinematográfica. Este anclaje histórico, por otra parte, nos permite observar la transformación de la experiencia cinematográfica desde finales de la década de los 30's del siglo XX que incluye: la evolución tecnológica, la aparición de nuevos medios, especialmente la televisión y más recientemente Internet, la desaparición de las grandes salas de cine y la aparición de los múltiplex; y asociado a estos cambios también se observa la modificación de las prácticas y rituales ligados a la experiencia de "ir al cine".

CAPÍTULO 2

ANTECEDENTES

Coyoacán tiene su historia como todas las delegaciones de la Ciudad de México, de acuerdo con la Secretaría de Turismo (s/a): fue fundada por los españoles en 1521 sobre lo que fuera un antiguo señorío tepaneca, trescientos años antes. En 1521 tras la derrota de Tenochtitlán, Hernán Cortés eligió Coyoacán como sede de su ejército y para establecerse en tanto que se reconstruía Tenochtitlán.

El 28 de noviembre de 1824, se creó el Distrito Federal por decreto constituyente y en 1855 Coyoacán formaba parte de la tercera prefectura. El cambio social, geográfico y cultural, se profundizó cuando en 1890 en los terrenos que formaban parte de la hacienda de San Pedro el General Porfirio Díaz (presidente de la época) inauguró la colonia Del Carmen que representaba la modernidad que pregonaba el gobierno de ese tiempo y cuyo nombre se estableció en honor de su esposa, doña Carmen Ortiz Rubio de Díaz. A partir de ahí, el crecimiento que posteriormente tendría Coyoacán afectaría de manera diferente a los distintos pueblos y barrios de la zona.

El 5 de Octubre de 1934 se decretó el área centro de Coyoacán como zona típica y tradicional, en 1990 esto se reforzó con la declaración de la UNESCO a favor del centro histórico de Coyoacán como zona de monumentos históricos. Esta delegación cuenta con una gran riqueza cultural e histórica, además de una importante gama de servicios, prueba de ello es su centro histórico que ofrece atractivos inmuebles históricos, inmuebles religiosos, inmuebles artísticos y culturales, bellas plazas y jardines, así como una importante zona comercial (Secretaría de Cultura, 2015).

A continuación se presenta un mapa de la delegación Coyoacán para indicar dónde se realizó la investigación.

Imagen 1. Mapa delegación Coyoacán



Fuente: tomada de google imágenes

2.1. LOS CINES ANTIGUOS DE COYOACÁN

En la delegación Coyoacán existieron 3 cines peculiares que tienen su historia, José Luis Aguilar Fernández en su libro 'Coyoacán de mis recuerdos', señala que:

“Así como el kiosco, Coyoacán conserva alrededor del centro alguno de los edificios donde se albergaron los primeros comercios: la nevería *la Siberia*, la panadería *América*, la cervecería *La puerta del sol* y los ya desaparecidos cines *Esperanza* y *Centenarios*, el primero llevaba el nombre de la hija del doctor

Franco, vecino del lugar; el segundo ocupaba el sitio en que hoy se encuentra *Sanborns* y fue mandado a construir por el señor Dubernad, ambos cines presentes aún en la plática de Don Mario Ramírez (quién recuerda: “el piso del centenario era de madera, muy amplio, la luneta era para quienes tenían dinero para pagar el boleto más caro y luego había unas placas entre galería y la luneta”) (Aguilar: 2003:17)”. En el cine Centenario se podían ver películas extranjeras, mientras que en el cine La esperanza las películas que se exhibían eran mexicanas como “Pepe el toro” y “María Candelaria”.

Actualmente los coyoacanenses que verdaderamente son nativos del lugar, no se manifiestan en contra de los cambios que han experimentado, ya que algunos han sido en beneficio de la comunidad, pero resulta importante reflexionar acerca del importante papel que tienen hoy el comercio y el turismo (Delegación Coyoacán: 2003:17).

En la delegación Coyoacán existieron 3 cines peculiares, cine Cuauhtémoc, cine San Buenaventura, y finalmente cine Coyoacán, a continuación se presenta una reseña de ellos.

2.1.1. Cine Cuauhtémoc

El cine Cuauhtémoc fue creado por el Sr. Francisco Campos, esto lo hizo con el fin de aumentar sus ingresos para procurar a su familia con quienes formó un equipo, sus hijos controlaban las entradas y sus hijas las taquillas. Las películas que transmitían eran mudas, por lo que se hacía necesario un poco de música. Era oneroso pagar una orquesta, pero para amenizar la función se contrató a la señorita Elena Ponce quién tocaba el piano y al pianista Agustín Lara antes de que fuera famoso (Aguilar, 1994:20).

2.1.2. Cine San Buenaventura

El cine San Buenaventura, fue creado por el padre Miguel, quien habilitó un gran salón de la casa cural como sala cinematográfica, en ésta se transmitían películas de Charles Chaplin tales como: “El aventurero”, “El peregrino” y “Delgadillo el hijo

de su abuela”, el cine parroquial era todo un éxito, hasta su suspensión en 1926 (Aguilar, 1994:20).

2.1.2. Cine Coyoacán

El cine Coyoacán fue creado por los hermanos Cárdenas, ellos lograron montar una sala en una vieja casona de la parada del Carmen, donde años después se instaló la Casa de la cuna. Este salón tuvo una vida efímera, pero los hermanos Cárdenas continuaron trabajando en el cine como pioneros del Sindicato de Trabajadores de la Industria Cinematográfica (STIC) (Aguilar, 1994:20).

En las imágenes 2, 3, 4 5 y 6 se pueden observar las trasformaciones de las salas de cine en la delegación que estudiamos.

Imagen 2. Salas de cine antiguas de Coyoacán



Fuente: el Universal

Imagen 3. Salas de cine antiguas de Coyoacán: cine Centenario



Fuente: la Ciudad de México en el tiempo

Imagen 4. Salas de cine antiguas de Coyoacán: cine Esperanza



Fuente: google imágenes

Imagen 5. Salas de cine antiguas de Coyoacán: cine Esperanza



Fuente: google imágenes

Imagen 6. Cines actuales en la delegación Coyoacán



Fuente: google imágenes

Mientras que los cines antiguos eran construcciones muy grandes para proyectar solo una película, con grandes pantallas ya que algunos de ellos pertenecían a teatros, los cines actuales están conformados por varias salas más reducidas en las que se hace uso de la tecnología reciente, como se explicará en otra sección de este trabajo.

2.2. SALAS DE CINE ACTUALES EN LA DELEGACIÓN COYOACÁN

En la tabla 1 presentamos un listado de algunos ejemplos de cines actuales ubicados en la delegación Coyoacán. Esto muestra la diversidad de empresas que ofrecen este tipo de servicio.

Tabla 1. Salas de cine de empresas en Coyoacán

Nombre del cine	Empresa	Ubicación
Cinépolis Perisur	Cinépolis	Anillo Periférico Sur No. 4690, entre Zacatepetl y Av. Insurgentes, CP 04500
Cinépolis Miramontes	Cinépolis	Eje 1 Oriente (Av. Canal de Miramontes) No. 2053, CP 04920
Cinemex Gran Sur	Cinemex	Periférico Sur No. 5550, Pedregal de Carrasco, CP 4700
Cinemark CNA	Cinemex	Lateral Rio Churubusco esquina Canal de Miramontes s/n, Colonia Country Club
Cineteca Hermanos Bilbatúa	Cineteca	Moctezuma No. 55, Del Carmen

Fuente: elaboración propia

En la delegación que estudiamos también existe un reducido número de salas de cine que pertenecen a la Universidad Nacional Autónoma de México (Tabla 2) y son representativas porque esta institución pretende rescatar, restaurar, preservar y difundir el patrimonio fílmico de la UNAM, así como propiciar el enriquecimiento de la cultura cinematográfica entre la comunidad a través de la exhibición de películas y la realización de festivales y otros eventos en estas salas de cine (UNAM, 2015).

Tabla 2. Salas de cine de la UNAM en Coyoacán

Cine	Ubicación
Salas de cine CCU	Av. Insurgentes Sur No. 300, Centro Cultural Universitario CP 04510
Sala Julio Bracho CCU	
Sala José Revueltas CCU	
Sala Carlos Monsiváis, CCU	
Filmoteca Nacional UNAM	Circuito Maestro Mario de la Cueva S/N, Cd. Universitaria
Centro de Estudios Cinematográficos	Presidente Venustiano Carranza No. 93, Col. Villa Coyoacán CP 04000
Cineteca Nacional	Av. México Coyoacán No. 389 (Real Mayorazgo), CP 03330

Fuente: elaboración propia

Otro tipo de salas de cine que encontramos en Coyoacán son los llamados Cineclub que se caracteriza por ser una asociación para la difusión de la cultura cinematográfica, que organiza la proyección y comentario de determinadas películas, que están dirigidas a un público específico. También se le conoce como cine-foro, por la posibilidad de hacer comentarios o discutir la película después de su proyección. En la tabla 3 se presentan algunos ejemplos particulares.

Tabla 3. Cineclub en Coyoacán

Cine	Ubicación
Cineclub coyoacanense	Foro cultural coyoacanense, Ignacio Allende No. 36, Col. del Carmen
Facultad de Ingeniería. UNAM	Av. Universidad No. 3000, Cd. Universitaria CP 04510
CNA Centro de Capacitación Cinematográfica	Calzada de Tlalpan No. 1670, Country Club Churubusco, CP 04220
Colegio de Ciencias y Humanidades UNAM	Cataratas y llanura S/N, Jardines del Pedregal, Guadalupe Inn CP 04500
Escuela Nacional Preparatoria No. 6 UNAM	Calle Corina No. 3, Col. Del Carmen CP 04100

Fuente: elaboración propia

CAPÍTULO 3

MARCO TEÓRICO

Esta investigación se encuadra en la perspectiva de los estudios culturales, considerando a la producción de sentido como fruto de múltiples condicionantes, tanto estructurales como subjetivos, los contextos específicos y las situaciones en las que se establecen las interacciones con los medios, en general y con el cine en particular (Repoll, 2016). En este marco, seguimos el modelo de *consumo fílmico en contexto* que busca “esbozar los mapas de ruta de las tensiones cruciales entre los intereses comerciales de la exhibición de cine contra las apropiaciones de los espectadores, las dimensiones ideológicas de los contenidos cinematográficos y las lecturas de ellos por parte de los asistentes al cine, así como las experiencias mediáticas entre lo público y lo privado” (Meers et al., 2010).

El enfoque de nuestra investigación remite a la experiencia social de ir al cine articulada con otras actividades de la vida cotidiana, este enfoque se retoma de un proyecto más amplio denominado “Cultura de pantalla en la Ciudad de México” (del cual se desprende nuestro trabajo) que procura reconstruir la historia del cine desde la óptica de las prácticas socioculturales y de la experiencia social de los espectadores a diferencia de las historias del cine que se centran en el desarrollo de la industria cinematográfica y de los *films*. Es desde esta perspectiva que se pretende comprender cómo se fue construyendo una cultura de la pantalla en la Ciudad de México y en particular en Coyoacán, para ello, recurrimos a la perspectiva del consumo cultural, procurando identificar los rituales y las rutinas de carácter social y familiar alrededor de la asistencia al cine y su devenir histórico.

En tal sentido, como afirma Rosas Mantecón (2006), el cine significó tanto un espacio de encuentro como de diferenciación social. De esta manera, consideramos que la perspectiva del consumo cultural tal como la desarrolla García Canclini (1995) nos ofrece un conjunto de aproximaciones para

comprender la experiencia cinematográfica a partir del testimonio de los espectadores de cine en Coyoacán. Además del consumo cultural como ritual, se considera que es relevante la concepción del consumo cultural como lugar de diferenciación y comunicación.

3.1. ESTUDIOS CULTURALES DE AUDIENCIA Y LA NUEVA HISTORIA DEL CINE

Repoll (2010) sugiere que los estudios culturales de audiencia concentraron su mirada en los procesos de producción de sentido en el momento de la recepción, una recepción que no se limita al momento de la exposición, sino que abarca el antes, durante y después de la exposición al medio, en este caso al cine. Esta perspectiva permite abordar el proceso de comunicación desde las mediaciones que lo constituyen, Barbero (1998) señala algunas de ellas: la temporalidad social, la cotidianidad (familiar, barrial, urbana) y la competencia cultural.

Por otra parte, en paralelo a la tradición latinoamericana de estudios culturales de audiencia, encontramos la propuesta de los estudios culturales británicos, lo que se denomina la Escuela de Birmingham. Puntualmente Hall (1987) propone el modelo de codificación y decodificación para pensar las asimetrías, los procesos de dominación y resistencia y donde no necesariamente ni directamente se produce una correspondencia entre la intención del productor y la perspectiva (lectura) del receptor. Tanto Hall (principios de los años 70's) como Martín Barbero (década de los 80's) formulan nuevas preguntas y trazan nuevos mapas para adentrarnos en un nuevo o viejo territorio: consumo-recepción-interacción entre las audiencias y los medios de comunicación (Repoll, 2010).

Es en este desplazamiento del texto al contexto donde se inscribe la Nueva historia del cine, una perspectiva que amplía el horizonte hacia las zonas que la historia del cine centrada en la industria, las películas y sus hacedores había dejado en penumbras. El cine es un medio de entretenimiento que ha movido a las masas, por ejemplo: a los historiadores cinematográficos, sociólogos, que han visto el cine como un medio para comprender las culturas nacionales, de acuerdo

con Allen (2006), el cine refleja los deseos, las necesidades, los miedos, las aspiraciones de una sociedad en un tiempo determinado.

Asimismo Allen y Gomery se basan en el sociólogo del cine Ian Jarvie en donde se cuestiona ¿Quién ve las películas? ¿Cómo y por qué?:

“La cuestión de quien veía las películas está relacionada con el tema de cómo se veían. La experiencia de ver una película en el húmedo y malsano escaparate de un *nickleodeon* es tan diferente de las condiciones ofrecidas en un ‘Palacio cinematográfico’ como las que se dan en las estériles multisalas de los centros comerciales suburbanos de hoy en día. La experiencia de ir al cine incluía la arquitectura y decoración del edificio en sí, un elaborado espectáculo teatral, el noticiario, un programa de cortometrajes y la película” (Allen y Gomery, 1995:200).

Ir al cine es todo un ritual, actualmente una sala de cine no es el único lugar donde se proyecta una película, existen otros lugares y otros medios que permiten ver una película, por ejemplo: computadora, *tablet*, televisión, teléfono celular, etc. esto depende de la clase social de las personas, los ingresos económicos y el lugar donde viven. Allen y Gomery (1995) hablan sobre los cambios de hábitos y socialización con respecto al cine:

Los patrones de asistencia al cine, han variado históricamente según región, clase social, ingresos, edad, etnia. Solo ahora estamos empezando a determinar quién veía las películas en un local particular y en un momento determinado de la historia del cine y sabemos incluso menos de cómo los patrones han variado históricamente de un país a otro. Para mucha gente la asistencia al cine dejó de ser una actividad habitual, y se convirtió en una salida menos frecuente pero mucho más planificada “ir al cine” paso a ser “ir a ver una película” (Allen y Gomery, 1995: 200)

La proyección de películas en una sala de cine hace que te conectes a otros mundos, las historias reales o ficticias son emocionantes, cada sujeto tiene una experiencia diferente al ver una película. El cine como medio de comunicación, transmite un mensaje y este es captado en cada sujeto, de acuerdo a su clase social, edad, etnia, etc.

Cuando se habla de diferentes salas de cine, los encuestados refieren principalmente a las audiencias de asistir a ellos, a menudo se caracteriza en términos de clase y distinción social. Tanto en Amberes y Gante las personas que viven en la ciudad y los que se acordó de frecuentar las salas de cine del centro de la ciudad sobre todo hablando de audiencias barrio cine como 'incivilizados, fuerte y vulgar', Gante por ejemplo afirmó: Nosotros no fuimos a los cines más pequeños. Siempre estaban embalados y en nuestros ojos, en menor tipo de cine. Debido a que se hacen eructos, ruidos, comer y fumar y que no era para nosotros. Eso fue demasiado sucio, que era la chusma que tiene un partido donde uno simplemente debe ir a ver una película (Meers et al., 2011: 3)

La perspectiva de la Nueva historia del cine, finalmente, conecta también con la perspectiva del consumo cultural, la cual desarrollamos a continuación retomando los modelos que integra García Canclini (1991) en su ensayo *El consumo también sirve para pensar*.

3.2. CONSUMO CULTURAL

El consumo cultural es un proceso fundamental para comprender las sociedades modernas, de acuerdo con Bourdieu consumo cultural es una economía de los bienes culturales, pero que tiene una lógica específica, la sociología trabaja para establecer las condiciones en las cuales se producen los consumidores de bienes culturales y su gusto, y al mismo tiempo para describir las diferentes maneras de apropiarse de los bienes culturales que en un momento dado del tiempo son considerados como obras de arte y las condiciones sociales del modo de apropiación que se considera legítimo (Bourdieu, 2010: 231).

El consumo cultural significa rescatar la creatividad de los sujetos, la complejidad de la vida cotidiana el carácter interactivo y lúdico de la relación de los usuarios con los medios. Por su parte Rosas (2009) plantea que al consumir nos relacionamos con una oferta cultural buscando ciertas necesidades:

Buscando entretenimiento, información, una experiencia estética, etc., pero al mismo tiempo satisfacemos otras necesidades de identificación grupal, regional,

nacional o global; de sociabilidad, de búsqueda de un espacio propio, de independencia, de distinción, apropiación del espacio público, participación política, de inclusión social, etc. (Rosas, 2009: 5). [Lo cual subraya al considerar que] “el consumo cultural supone las prácticas con las que nos relacionamos con los bienes y servicios culturales y está dejando de ser visto como un espacio sólo de ocio y pasividad, confinado en los rincones del tiempo libre” (Rosas, 2009:1).

Durante los años 70 y 80 los estudios de comunicación en América Latina estuvieron centrados en los consumos de los medios masivos de comunicación a partir del modelo de codificación y decodificación, Guillermo Sunkel (en Repoll, 2010) habla sobre el tema:

En América Latina también es posible identificar dos desplazamientos teórico-metodológicos que van a hacer visible y otorgar centralidad al estudio de consumo cultural. El primero es el paso del estudio *del mensaje como estructura ideológica a la recepción crítica*. Durante los años setenta y hasta comienzos de los ochenta los estudios de la comunicación en América Latina estuvieron abocados en gran medida aunque no únicamente al análisis de los mensajes de los medios masivos en tanto soportes de la ideología de la dominación.

A partir de esta crítica al modelo de la “codificación/decodificación” se comienza a esbozar una nueva perspectiva que se centra en el análisis del consumo de medios. En el trabajo *Familia y televisión*, Morley indaga en las dinámicas del consumo televisivo considerando, primeramente, los contextos en los cuales ocurren los procesos de comunicación (Repoll, 2010:5)

Consumimos de diferentes formas de acuerdo a nuestras necesidades y satisfacciones. García Canclini desagrega esta perspectiva del consumo cultural como proceso de producción de sentido en seis modelos, los cuales pueden superponerse en situaciones concretas, ser tan relevantes unos como otros, todos o algunos de ellos. A continuación se exponen brevemente las dimensiones del consumo que entraña cada modelo.

3.3. MODELOS DE CONSUMO DE CINE

A continuación presentamos una descripción de seis modelos de consumo de cine que destacan diversos aspectos relevantes para analizar la experiencia cinematográfica.

3.3.1. Modelo 1. El consumo es el lugar de reproducción de la fuerza de trabajo y de la expansión del capital

Todas las prácticas de consumo -actos psicosociales tan divertidos como habitar una casa, comer, divertirse pueden entenderse, en parte, como medios para renovar la fuerza laboral de los trabajadores y ampliar las ganancias de los productores. En esta perspectiva, no es la demanda la que suscita la oferta, no son las necesidades individuales y colectivas las que determinan la producción de bienes y su distribución. Las “necesidades” de los trabajadores, su comida, su descanso, los horarios de tiempo libre y las maneras de consumir durante éstos, se organizan según la estrategia mercantil de los grupos hegemónicos (García Canclini, 1995:80).

Al respecto, la economía política se ha encargado de subrayar el papel del cine como industria cultural, señalando significativas asimetrías entre los centros productores, especialmente estadounidenses y europeos, respecto de otras cinematografías. Pero, también, aquellas particularidades históricas, como las que reporta la época de oro del cine mexicano.

El cine sigue siendo un sector clave de las industrias culturales contemporáneas, aun con las mutaciones que las tecnologías digitales están introduciendo como mediaciones expresivas y con las múltiples nuevas plataformas de distribución de los relatos audiovisuales. En esencia la cinematografía sigue siendo, como institución social, un vehículo privilegiado para que los pueblos podamos contarnos a nosotros mismos y les relatemos a otros, quiénes y cómo somos, cómo deseamos ser, qué tenemos de único, qué de múltiple, diverso y universal (Sánchez, 2004: 30).

Actualmente el cine se consume de diferentes formas, existen hoy en día herramientas que de alguna manera desplazan a las salas de cine y ¿por qué pasa esto? Rodrigo Gómez García dice que una de las causas que originan que la gente no asista al cine con frecuencia es el mercado ilegal, la piratería le está ganando la partida a las salas de cine:

No obstante, existen otras vías para que las clases sociales con un bajo poder adquisitivo puedan tener acceso a algunos productos cinematográficos que se presentan en el circuito audiovisual. Es por medio del mercado ilegal (“pirata”) que se puede acceder a estos bienes, con lo que la piratería se convierte en una opción para las clases medias y bajas. Por ejemplo, en México un DVD de una película que se está estrenando en cartelera se puede adquirir por la módica cantidad de \$10 pesos (menos de un dólar); es decir, cuatro veces menos que un boleto para entrar al cine o una renta en DVD de algún videoclub. Además, con dicho disco pirata es posible que vean la película las personas que se quiera y el número de veces que se deseen. De tal forma que en México existe el caldo de cultivo necesario para que la “piratería” relacionada con las industrias audiovisuales se desarrolle exitosamente; por un lado, existen las condiciones socioeconómicas de un amplio mercado excluido y por el otro, un sistema de justicia corrupto y con muchos vacíos jurídicos (Gómez, 2008).

El consumo cinematográfico depende de la condición económica de cada individuo quien decide como ver una película, puede ser en una sala de cine o en la comodidad de su casa:

Es necesario subrayar la preocupación de la elitización de los consumos cinematográficos, pues las condiciones socioeconómicas de gran parte de los mexicanos los excluyen del acceso de estos bienes. Lo que fomenta las desigualdades entre las distintas clases sociales, al excluir a grandes colectivos de la sociedad mexicana, al no tener acceso a las distintas formas de expresión, de creación y de consumo cultural (Gómez, 2008: 215).

3.3.2. Modelo 2. El consumo es el lugar donde las clases y los grupos compiten por la apropiación del producto social

Como escribió Manuel Castells, el consumo es el lugar en donde los conflictos entre clases, originados por la desigualdad en la participación de la estructura productiva, se continúan a propósito de la distribución y apropiación de los bienes. De ver al consumo como un canal de imposiciones verticales, pasamos a considerarlo un escenario de disputas por aquello que la sociedad produce y por las maneras de usarlo (García Canclini, 1995: 80).

El consumo de cine en cuanto a la asistencia a las salas de cine, ha disminuido, una de las razones es la situación económica de cada individuo, hoy en día la tecnología es una herramienta para no gastar dinero en una entrada al cine, la *tablet*, computadora e internet son formas de ver una película sin costo alguno. Al respecto, Marta Fuertes hace un análisis sobre el mercado cinematográfico en México:

Un indicador que mide la salud general del sector es su aceptación como medio cultural. En el periodo de análisis la asistencia media al cine por habitante y año se sitúa en 1.45 veces, dato mucho más optimista que el de 1995, cuando después de la gran crisis económica del país, la asistencia al cine desciende a sus cuotas más bajas con 0.68 veces al año por habitante. El año 2009 finaliza con una asistencia media de 1.62, lo que hace de México un mercado muy atractivo para las compañías distribuidoras y exhibidoras (Fuertes, 2014: 214).

El mercado de la exhibición cinematográfica en México está fuertemente concentrado, no sólo en la propiedad, como se verá a continuación, sino también geográficamente. Más de la mitad de la población del país no tiene cerca una sala de cine dado que éstas se encuentran localizadas en 137 municipios (5.58% del total del país) (CONACULTA, 2010); a su vez, estos municipios tienen una media de población de 340,000 habitantes (IMCINE, 2011). Este dato empeora según transcurren los años pues a principios de dos mil un 6.3% de municipios contaban con alguna de estas infraestructuras (Fuertes, 2014: 222).

Actualmente la economía en México no es favorable, la piratería se manifiesta en nuestro país al 100%, ver una película que cuesta 10 pesos es más accesible que pagar un boleto de entrada al cine que cuesta 200 pesos, dependiendo la zona y el lugar. Las diferentes formas de consumir cine están condicionadas, entonces, por una economía que no progresa y la gente busca herramientas más accesibles para ver la película de su preferencia.

3.3.3. Modelo 3. El consumo como lugar de diferenciación social y distinción simbólica entre los grupos

En sociedades que se pretenden democráticas, basadas por tanto en la premisa de que los hombres nacen iguales (sin superioridad de sangre ni nobleza), el consumo es el área fundamental para construir y comunicar las diferencias sociales. Ante la masificación de la mayoría de los bienes generada por la modernidad, educación, alimentos, televisión, las diferencias se producen cada vez más no por los objetos que se poseen sino por la forma en que se los utiliza: a qué escuela se envía a los hijos, cuáles son los rituales con que se come, qué programas de espectáculos se prefiere. Contribuye a este papel decisivo del consumo cultural el hecho de que muchas distinciones entre las clases y fracciones se manifiestan. Más que en los bienes materiales ligados a la producción (tener una fábrica o banco) en las maneras de trasmutar en signos los objetos consumidos (García Canclini, 1995: 80).

El cine es un proceso simbólico de diferenciación social, aunque no siempre de la misma manera:

Hasta la década de los sesentas del siglo pasado la asistencia al cine era masiva y transclasista. Si bien en un inicio “la mezcla de los diversos sectores fue inevitable: ‘el cinematógrafo juntaba a ricos y pobres, no jerarquizaba’” (Rosas, 2006: 389), conforme se construyen los grandes palacios (las salas del “centro”) y crecen como hongos los cines de “barrio” el consumo de cine, como cualquier otro consumo (Bourdieu, 1999), describe un proceso simbólico de diferenciación social (Repoll, 2017: 5).

3.3.4. Modelo 4. El consumo como sistema de integración y comunicación

Advertimos entonces que el consumo puede ser también un escenario de integración y comunicación. Esto puede afirmarse observando prácticas cotidianas: en todas las clases sociales, reunirse para comer, salir a ver aparadores ir en grupo al cine o comprar algo, son comportamientos de consumo que favorece la sociabilidad. Aun en los casos en que el consumo se presenta como recurso de diferenciación, constituye, al mismo tiempo, un sistema de significados comprensible tanto para los incluidos como para los excluidos. Si los miembros de una sociedad no compartieran los sentidos asignados a los bienes, su posición no serviría para distinguirlos: un diploma universitario la vivienda en cierto barrio diferencian a los poseedores si su valor es admitido por quienes no lo tienen. Consumir es también por tanto, intercambiar significados (García Canclini, 1995:80).

Como señala Repoll, ir al cine era una más de un conjunto de actividades sociales, relacionadas con las interacciones con la familia y amigos, así como los recorridos por la ciudad (del barrio al centro).

Esto lo subraya Monsiváis al considerar el papel estratégico del cine en el proceso de modernización del país tanto como el aprender a ser urbano: “en el cine de barrio se adquiere algo fundamental, que ayuda a vivir dentro de la ciudad que se expande; el sentido de intimidad dentro de la multitud y su complemento; el gusto de afiliarse a la alegría comunitaria. En el período 1920-1960 las salas de cine se multiplican y ayudan a configurar ‘la identidad del barrio’, mientras cada fin de semana los individuos y familias esmeran sus ilusiones y las parejas afinan ligues o noviazgos en el trámite casi burocrático de manos que suben, se estacionan, se aceleran, se indignan ante forcejeos inoportunos, se extasían ante rendiciones instantáneas” (Monsiváis, 1994: 20).

3.3.5. Modelo 5. El consumo como escenario de objetivación de los deseos

Además de tener necesidades culturalmente elaboradas, actuamos siguiendo deseos sin objeto, impulsos que no apuntan a la posición de cosas precisas o a la relación con cosas determinadas. Las comidas satisfacen la necesidad de alimentarse, pero no el deseo de comer, el cual se vincula, más con el valor material de los alimentos, con el sentido simbólico de los rituales en que los ingerimos (García Canclini, 1995:80).

El cine de alguna forma es un modelo a seguir para los espectadores, el público imita lo que ve a través de la pantalla, la manera de hablar, la forma de vestir, la postura, Carlos Monsiváis realiza una reflexión sobre el cine y considera que el cine es un consumo para cambiar el estilo de vida de una persona:

El cine es un ordenamiento paralelo a la política, y su inmediatez distribuye modelos de vida o de sensualidad que se acatan en forma casi unánime, se reconozca esto o no, todo se venera y se imita. Tonos de habla, vestimentas, instrucciones para el manejo del rostro y del cuerpo, gestualidad del cinismo y de la hipocresía, convicción íntima de la apostura o de la insignificancia facial, escuela del lenguaje de la apostura o de la insignificancia facial, escuela del lenguaje de las familias, ¿Quién que es no va al cine como alumno planetario? (Monsiváis, 2006:55).

El salto es considerable; a través de los géneros fílmicos, los espectadores asimilan a diario gustos antes inimaginables, admiten que las tradiciones son también asunto de la estética y no solamente de la costumbre y de la fe, se sumergen sin culpa en la sensualidad favorecida por las tinieblas, aprenden en compañía las reglas de los nuevos tiempos (Monsiváis, 2006: 62).

En este sentido, respecto de la experiencia cinematográfica es muy importante el desplazamiento del texto al contexto que se produce en el seno de los estudios culturales de audiencia (Repoll, 2010) y que tiene, entre otros antecedentes, el significativo aporte de la estética de la recepción, donde Jauss propone un horizonte de expectativas al que se enfrentan las obras de arte y en este caso, el

cine, entendido como <<la suma total de reacciones, prejuicios y comportamiento verbal o de otro tipo que reciben a la obra en el momento de su aparición>> (Jauss en Allen y Gomery, 1995: 113) (Repoll, 2017: 6).

El cine de Hollywood, como menciona Carlos Monsiváis, no es que lo imitemos, es que son los únicos espejos a nuestra disposición. El cine es un escenario de consumo para tener comportamientos de maneras de hablar, vestir y vivir:

Los productores de Hollywood, internacionalización y espejismos a bajo precio, se vuelven imperativos, del comportamiento. Así me gustaría vestir, así me gustaría moverme, en esos lugares me gustaría vivir, como quisiera hablar así. Para eso cuentan con el cine mexicano, con el argentino y el brasileño, así hablamos, así miramos, así nos movemos, así tratamos a nuestros semejantes (Monsiváis, 2006:57)

3.3.6. Modelo 6. El consumo como proceso ritual

Los rituales, explican Douglas e Isherwood, sirven para contener el curso de los significados y hacer explícitas las definiciones públicas de lo que el conceso general juzga valioso. Pero los rituales más eficaces utilizan objetos materiales para establecer los sentidos y las prácticas que los preservan. Cuanto más costosos sean esos bienes, más fuerte será la ritualización que fije los significados que se les asocian. Por esto ellos definen a los bienes como “accesorios rituales”, y al consumo como “un proceso ritual cuya función primaria consiste en darle sentido al rudimentario flujo de los acontecimientos”. Al contrario de lo que suele oírse sobre la irracionalidad de los consumidores, en su estudio de antropología económica estos autores demuestran que todo consumidor, cuando selecciona, compra y utiliza, ésta contribuyendo a la construcción de un universo inteligible con los bienes que elige (García Canclini, 1995:80).

Sugiriendo la muerte del cine, Sontag describe la transformación del ritual asociado al consumo de cine:

El requisito para ser secuestrado era estar abrumado por la presencia física de la imagen. Y las condiciones de “ir al cine” aseguraban esa experiencia. Ver un gran film en la televisión no es haberlo visto realmente. No es solo la diferencia de dimensiones: es la superioridad de la imagen más-grande-de-lo-que-te-imaginas de la sala cinematográfica ante la pequeña imagen en la caja en casa. Las condiciones para poner atención en un espacio doméstico son radicalmente irrespetuosas al cine. Puesto que el cine ya no tiene un tamaño estándar, las pantallas caseras pueden ser tan grandes como las paredes de una sala o un dormitorio. Pero todavía estás en una sala o en un dormitorio, solo o con familiares. Para ser secuestrado, tienes que estar en una sala cinematográfica, sentado en la oscuridad entre anónimos extraños (Sontang, 2007).

Los seis modelos que hemos retomado son necesarios para explicar aspectos del consumo de cine.

3.4. Transformación de salas de cine en la Ciudad de México

La transformación de salas de cine es uno de los temas dentro de esta investigación, el cine ya no es el único espacio para ver una película, existen otras alternativas que hacen que las personas no asistan con regularidad a una sala de cine, Ana Rosas Mantecón, habla sobre este tema y dice que las salas son: centros comerciales, taquerías, bares, salones de fiesta, y principalmente la TV:

Ciertamente no concluyó el ciclo Lumière, pero las salas dejaron de ser el espacio único y el privilegiado para ver películas; fue cambiando también el lugar de la asistencia a los espacios de exhibición en la vida cotidiana de los urbanitas. Sin embargo, no podemos argumentar simplemente que la televisión le ganó la partida al cine. Tampoco lo hizo el video. Para entender el descenso de espectadores y de salas de cine necesitamos una explicación más compleja que comprenda los cambios en la ciudad, en las ofertas culturales y en las prácticas de consumo de sus habitantes (Rosas, 2013: 41).

Se podrá decir que los primeros inicios del cine en México fueron en 1896 con el presidente Porfirio Díaz. A partir de ese año se iniciaron las primeras proyecciones de películas públicas en el Castillo de Chapultepec, pero con el paso del tiempo se

empezaron a construir salas de cine que vinieron a cambiar el estilo de vida de muchas personas:

El cinematógrafo llegó a México en el año de 1896. Emisarios de los hermanos Lumière se encargaron de llevar el nuevo invento a todos los rincones del mundo y el 6 de agosto del mismo año fue demostrado por vez primera en el país ante la presencia de Porfirio Díaz, entonces presidente de la República, en el Castillo de Chapultepec. Ocho días transcurrieron para la primera proyección pública. Así llegó el cine a México. Pero poco a poco el cine demandó un espacio propio y empezaron a construir salas en las que el cinematógrafo no compartiera su espacio y este fuera destinado únicamente al goce de la exhibición. Primero fueron techados los patios y se implementaron taquillas externas, hasta que finalmente se conformaron las salas de cine que todos, o muchos de nosotros pudimos conocer hasta hace unos años (Ramos, 2002: 77).

Cabe mencionar que las salas de cine estaban compuestas de varios elementos que a continuación se mencionan:

- a) Taquilla: caseta en la que eran vendidos los boletos para la función.
- b) Pórtico: lugar de entrada a la sala.
- c) Vestíbulo: espacio que se transitaba del pórtico al salón.
- d) Salón o lunetario: planta baja del recinto con bloques de butacas.
- e) Anfiteatro: segundo piso de butacas, todavía más reducido que el primero.
- f) Galería(s): tercer nivel de butacas todavía más reducido que el segundo.
- g) Caseta de proyección: lugar donde el proyccionista se encargaba de colocar la cinta y verificar su buen funcionamiento durante la función.
- h) Servicios sanitarios, pasillos y salidas de emergencia directas a la calle.

Sin duda la sala de cine es un espacio determinante para la proyección de las películas, sin embargo este espacio ya no fue tan importante en la década de los

80, porque llegó la videocasetera, un aparato tecnológico que deslumbró a los sujetos porque era una nueva forma de ver una película:

A mediados de la década de los 80, la videocasetera trajo una nueva forma de ver el cine, constituyéndose como industria rápidamente. La ciudad se llenó de videoclubes y la gente prefirió por algunos años explotar la tecnología casera en la comodidad y seguridad de su hogar en lugar de visitar las salas de cine. Quizá la comodidad que hace algunos años representaba rentar una película y verla en casa, haya cedido hoy un espacio considerable a la comodidad de encontrar diez películas en un mismo cine (Ramos, 2002: 60).

La década de los 80 fue relevante y trascendental para el cine, ya que la tecnología casera llegó y cambió el estilo de vida de los espectadores. El ver películas en la comodidad de la casa fue una de las primeras causas para que bajara la asistencia en las salas de cine, esto significó que el cine ya no era el único espacio donde transmitían películas.

Con la llegada de la televisión se incrementó la oferta cultural y las prácticas de consumo cambiaron, la tecnología avanzó rápidamente, el tener un aparato electrónico en casa modificó los hábitos de las personas. Así mismo, el tener una videocasetera en casa les da la oportunidad a los telespectadores de conservar una película, y verla las veces que quisiera, sin la necesidad de salir fuera de casa:

La adquisición de un gusto o una afición por el cine deriva casi siempre de hábitos aprehendidos en el seno de la familia, de las comunidades sociales y actualmente de una serie de dispositivos informáticos (radio, prensa y televisión) y electrónicos (internet, comunidades para chatear, páginas electrónicas que las empresas productoras y distribuidoras de películas diseñan, tanto para sus campañas publicitarias como para establecer foros de discusión y retroalimentación con sus consumidores y sitios especializados en el fomento y la recreación de la cultura cinematográfica), columnas especializadas en los diarios, revistas especializadas y cinetecas virtuales (Torres, 2006:14).

Si algo es cierto es que el cine como menciona la autora Patricia Torres en primer lugar, es un hábito que se forma dentro de un hogar y en segundo lugar los medios masivos de comunicación contribuyen mediante anuncios publicitarios, *spots* televisivos, para llamar la atención de los sujetos. “Como señala Martín Barbero, en los tiempos de la modernización populista, años 30-50, los medios masivos de comunicación contribuyeron a la gestación de un poderoso imaginario latinoamericano hecho de símbolos cinematográficos.

De ahí que el cine se constituya en uno de los más importantes medios de comunicación de masas, en donde se aprende lo que es ser mexicano, favoreciendo la gestación de una identidad que se desborda a gran parte de la región, donde es resignificada en cada uno de los contextos locales (Silva, 2011:21).

Por otra parte, es importante resaltar que en otros países como lo es Estados Unidos las realizaciones de las películas cuentan con alta tecnología, es por esto que a muchos países le llama la atención las películas, tal es el caso de México:

Los diagnósticos de oferta televisiva estadounidense en México han encontrado una contra-oferta muy significativa de contenidos producidos localmente y en otros países latinoamericanos (muy superior, de hecho, a la originada en el vecino del norte), pero a la vez un marcado predominio de las importaciones norteamericanas en ciertos géneros, como la ficción (películas, series, dibujos animados). En el caso de la exhibición de películas en salas y complejos múltiples los diagnósticos han concluido que arriba del 80% de la oferta está controlada en México por filmes realizados en Hollywood (Lozano, 2008: 3).

También el cine lo podemos considerar como una práctica cultural, en donde se construyen identidades de clases géneros. Rosas Mantecón dice que el cine es una experiencia que trasciende la mera visión de una película:

Ir al cine tal como otras formas de relación con las múltiples pantallas disponibles es una experiencia que trasciende la mera visión de una película. Es una práctica cultural a través de la cual interactuamos con un filme, con otros y con el espacio,

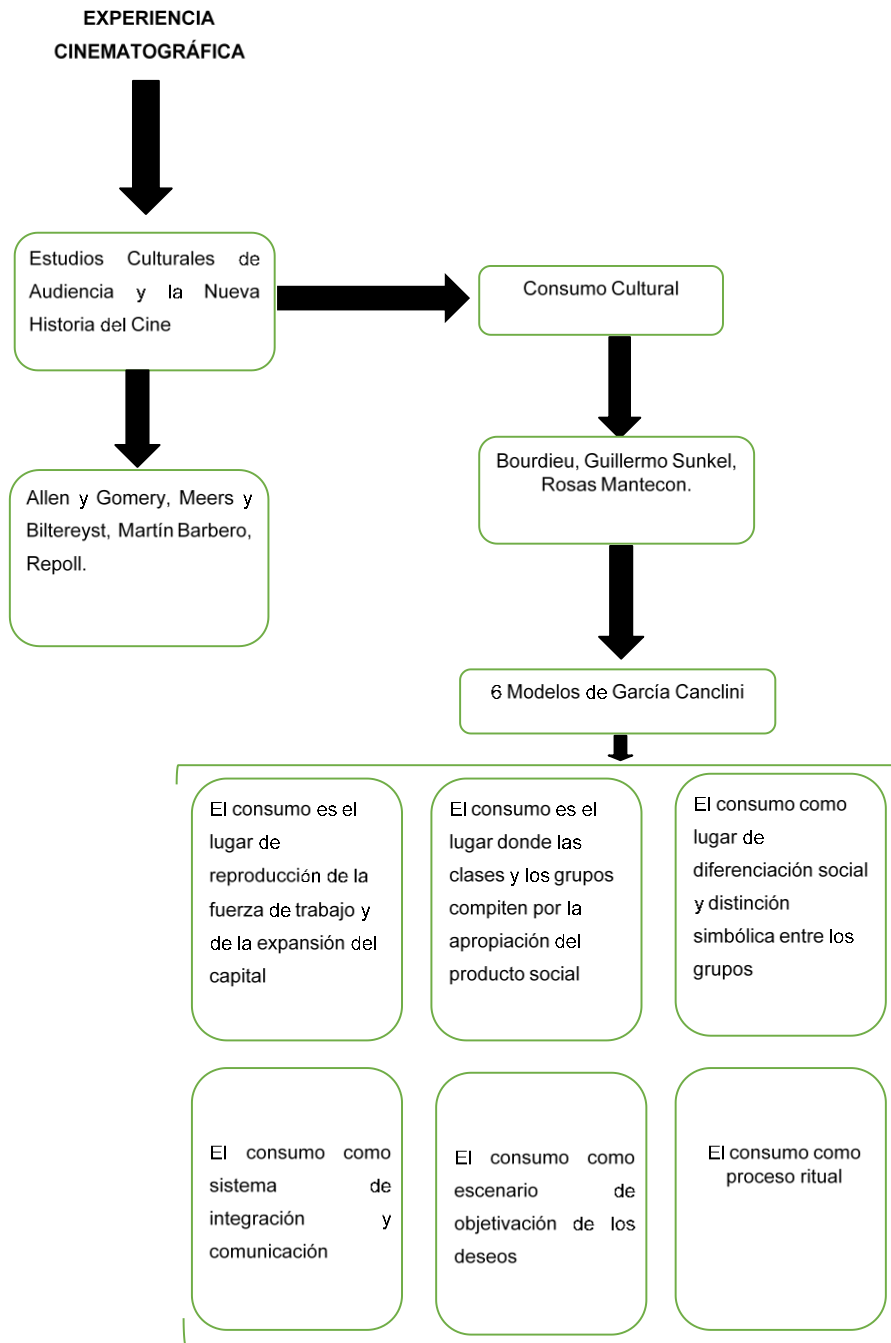
afirmando y transformando distinciones, construyendo identidades de clase, género, grupales, nacionales y demás. (Rosas, 2015:3)

Ir al cine es un conjunto de actividades sociales, la cual está relacionada con las interacciones de la familia, amigos y desconocidos. Ir al cine es parte de la vida diaria, una actividad fácil, placentera, alegre, y todavía recordada con cariño.

3.5. MARCO DE ANÁLISIS DE LA EXPERIENCIA CINEMATOGRÁFICA

La figura 1 representa el marco conceptual que utilizaremos para realizar el análisis de la experiencia cinematográfica de habitantes de Coyoacán. Partimos de los estudios culturales de audiencia y la nueva historia del cine, retomamos aspectos de lo que han aportado algunos autores sobre el consumo cultural y finalmente utilizamos los modelos que propone García Canclini, estos últimos se utilizan para realizar el análisis de las experiencias de vida de los coyoacaneses.

Figura 1. La experiencia cinematográfica



Fuente: elaboración propia

CAPÍTULO 4

ESTRATEGIA METODOLÓGICA

4.1. ENFOQUE METODOLÓGICO

Si bien la experiencia cinematográfica no se agota en el consumo, es en este momento en el que se concentra la investigación. Como se señala en el capítulo previo, la intención es recuperar la perspectiva de los espectadores para comenzar a reconstruir la historia del cine desde un lugar distinto, pero complementario, a la historia de las películas y de la industria cinematográfica. Para desarrollar este trabajo, entonces, se realizaron treinta entrevistas a habitantes de la delegación Coyoacán de diferentes edades con el fin de hacer cortes históricos que reflejan una generación de diferencia entre los informantes. Las entrevistas se efectuaron a 3 grupos distintos de edad: jóvenes adultos (30-40) adultos de edad media (41-60) y adultos mayores (61 años en adelante).

En tal sentido, esta investigación sigue una metodología cualitativa, que “se basa en métodos de recolección de datos sin medición numérica, como las descripciones y las observaciones. Por lo regular, las preguntas e hipótesis surgen como parte del proceso de investigación. Su propósito consiste en “reconstruir” la realidad, tal y como la observan los actores de un sistema social previamente definido” (Hernández, 1991: 164).

Dentro de la investigación cualitativa existen distintos métodos para poder llevar a cabo una investigación. Uno de ellos es la entrevista, que busca comprender en las personas su historia de vida, lo que ellos piensan:

La entrevista en profundidad o, como algunos investigadores la denominan el estudio de caso, es la entrevista profesional que se realiza entre un entrevistador y un informante con el objeto de obtener información sobre la vida, en general, o sobre un tema, proceso o experiencia concreta de una persona. A través de la entrevista en profundidad, el entrevistador quiere conocer lo que es importante y significativo para el entrevistado; llega a comprender como ve, clasifica e interpreta su mundo en general o algún ámbito o tema que interesa para la investigación, en particular (Olabuenaga: 1996:1)

Las ventajas que se encuentran al realizar una entrevista personal son las siguientes:

1. Tener información precisa y detallada.
2. Poder ver a la persona cara a cara, a diferencia de entrevistas por internet o vía telefónica.
3. Una entrevista personal permite que el o la entrevistada proporcionen información relevante que no se encuentra dentro de la guía de entrevista y esto puede ayudar a enriquecer el trabajo de investigación.

Siguiendo la propuesta del proyecto de investigación “Cultura de pantalla en la Ciudad de México”, del cual se desprende esta tesis, se aplicó un cuestionario dividido en tres etapas: infancia, juventud, y edad adulta. Cada etapa está basada en 38 preguntas abiertas. El fin de este cuestionario es saber cómo la gente recuerda el cine desde su infancia hasta su edad adulta y la transformación de las salas de cine con el paso del tiempo.

4.2. GUÍAS DE ENTREVISTA

Durante la investigación se efectuó un cuestionario semiestructurado con preguntas específicas sobre la experiencia que vive la gente dentro de una sala de cine desde su infancia hasta su edad adulta y las transformaciones que el cine ha tenido con el paso del tiempo. A continuación presentamos las tres guías de entrevista que se utilizaron en esta investigación, cada una corresponde a las tres etapas de vida de los entrevistados que hemos señalado anteriormente.

4.2.1. Guía de entrevista etapa infancia

1. ¿Recuerda cómo fue su primera ida al cine?
2. ¿Cómo describe una típica ida al cine cuando era niño(a)?
3. ¿Cuál era su sala de cinematográfica preferida? ¿Por qué?
4. ¿Qué cines recuerda que había en la Ciudad cuando era niño (a)?
5. ¿Había una diferencia entre los cines del centro y los cines del barrio o colonia?

6. ¿Se acuerda de alguna experiencia de ver una película en un autocinema, la cineteca o al aire libre?
7. ¿Qué tan seguido asistía al cine cuando era niño(a)
8. ¿Con quién asistía al cine?
9. ¿Quién elegía las películas?
10. ¿Qué tipo de películas le gustaban más?
11. ¿Quiénes eran sus actores favoritos?
12. ¿Estos actores influían en su forma de vida o en su manera de vestir?
13. ¿Qué tipo de películas recuerda más durante su infancia: mexicana, americana o europea?
14. ¿Cómo era la calidad de la imagen?
15. ¿Recuerda el precio de boleto de entrada?
16. ¿Quién pagaba el boleto de entrada?
17. ¿Cómo era la sala de cine, la recuerda?
18. ¿Cómo era el edificio?
19. ¿Había dulcería?
20. ¿Qué le gustaba consumir durante la función?
21. ¿Qué hacía usted y los demás durante los intermedios?
22. ¿Le gustaba un cine en particular?
23. ¿A qué cines iba y por qué?
24. ¿Cómo se iba al cine?
25. ¿Qué hacía después de la función?
26. ¿Qué tan importante era el cine en esos años en la Ciudad de México?
27. ¿Qué otras formas de diversión había cuando era niño (a)?
28. ¿Cómo era la situación política y económica de la Ciudad de México en esos años de su infancia?
29. ¿Qué tan religiosa era su familia?
30. ¿Usted y su familia acostumbra ir a la iglesia?
31. ¿A qué escuela primaria asistía?
32. ¿Era religiosa esa escuela primaria?
33. ¿Recuerda alguna recomendación de alguna película por parte de amigos, familia, escuela, iglesia?
34. ¿Recuerda alguna prohibición de películas o salas de cine por parte de su familia iglesia o escuela?

35. En caso afirmativo ¿Esta película motivó alguna iniciativa de censura o protesta?
36. ¿Recuerda haberse emocionado mucho con alguna película o escena en particular?
37. ¿Qué película o escena que vio de niño(a) recuerda que haya tenido algún impacto en su vida?
38. ¿Con qué asocia su infancia con su experiencia de ir al cine, por ejemplo: las relaciones familiares, la situación económica, política?

4.2.2. Guía de entrevista etapa juventud

1. ¿Recuerda cómo fue su primera ida al cine?
2. ¿Cómo describe una típica ida al cine cuando era joven?
3. ¿Cuál era su sala de cinematográfica preferida? ¿Por qué?
4. ¿Qué cines recuerda que había en la ciudad cuando era joven?
5. ¿Había una diferencia entre los cines del centro y los cines del barrio o colonia?
6. ¿Se acuerda de alguna experiencia de ver una película en un autocinema, la cineteca, o al aire libre?
7. ¿Qué tan seguido asistía al cine cuando era joven?
8. ¿Con quién asistía al cine?
9. ¿Quién elegía las películas?
10. ¿Qué tipo de películas le gustaban más?
11. ¿Quiénes eran sus actores favoritos?
12. ¿Estos actores influían en su forma de vida o en su manera de vestir?
13. ¿Qué tipo de películas recuerda más durante su infancia mexicana, americana o europea?
14. ¿Cómo era la calidad de la imagen?
15. ¿Recuerda el precio de boleto de entrada?
16. ¿Quién pagaba el boleto de entrada?
17. ¿Cómo era la sala de cine, la recuerda?
18. ¿Cómo era el edificio?
19. ¿Había dulcería?
20. ¿Qué le gustaba consumir durante la función?
21. ¿Qué hacía usted y los demás durante los intermedios?
22. ¿Le gustaba un cine en particular?

23. ¿A qué cines iba y por qué?
24. ¿Cómo se iba al cine?
25. ¿Qué hacía después de la función?
26. ¿Qué tan importante era el cine en esos años en la Ciudad de México?
27. ¿Qué otras formas de diversión había cuando era joven?
28. ¿Cómo estaba la situación política y económica de la Ciudad de México en esos años de su infancia?
29. ¿Qué tan religiosa era su familia?
30. ¿Usted y su familia acostumbraban ir a la iglesia?
31. ¿A qué escuela preparatoria asistía?
32. ¿Era religiosa esa escuela preparatoria?
33. ¿Recuerda alguna recomendación de alguna película por parte de amigos, familia, escuela, iglesia?
34. ¿Recuerda alguna prohibición de películas o salas de cine por parte de su familia, iglesia o escuela?
35. En caso afirmativo ¿Esta película motivo alguna iniciativa de censura o protesta?
36. ¿Recuerda haberse emocionado mucho con alguna película o escena en particular?
37. ¿Qué película o escena que vio de niño(a) recuerda que haya tenido algún impacto en su vida?
38. ¿Con qué asocia su juventud con su experiencia de ir al cine, por ejemplo: las relaciones familiares, la situación económica, política?

4.2.3. Guía de entrevista etapa adulta

1. ¿Recuerda cómo fue su primera ida al cine?
2. ¿Cómo describe una típica ida al cine cuando era adulto?
3. ¿Cuál era su sala de cinematográfica preferida? ¿Por qué?
4. ¿Qué cines recuerda que había en la Ciudad cuando era adulto?
5. ¿Había una diferencia entre los cines del centro y los cines del barrio o colonia?
6. ¿Se acuerda de alguna experiencia de ver una película en un autocinema, la cineteca, o al aire libre?
7. ¿Qué tan seguido asistía al cine cuando era adulto?
8. ¿Con quién asistía al cine?

9. ¿Quién elegía las películas?
10. ¿Qué tipo de películas le gustaban más?
11. ¿Quiénes eran sus actores favoritos?
12. ¿Estos actores influían en su forma de vida o en su manera de vestir?
13. ¿Qué tipo de películas recuerda más durante su infancia: mexicana, americana o europea?
14. ¿Cómo era la calidad de la imagen?
15. ¿Recuerda el precio de boleto de entrada?
16. ¿Quién pagaba el boleto de entrada?
17. ¿Cómo era la sala de cine, la recuerda?
18. ¿Cómo era el edificio?
19. ¿Había dulcería?
20. ¿Qué le gustaba consumir durante la función?
21. ¿Qué hacía usted y los demás durante los intermedios?
22. ¿Le gustaba un cine en particular?
23. ¿A qué cines iba y por qué?
24. ¿Cómo se iba al cine?
25. ¿Qué hacía después de la función?
26. ¿Qué tan importante era el cine en esos años en la Ciudad de México?
27. ¿Qué otras formas de diversión había cuando era joven?
28. ¿Cómo estaba la situación política y económica de la Ciudad de México en esos años de su infancia?
29. ¿Qué tan religiosa era su familia?
30. ¿Usted y su familia acostumbraban ir a la iglesia?
31. ¿A qué escuela universitaria asistía?
32. ¿Era religiosa esa escuela universitaria?
33. ¿Recuerda alguna recomendación de alguna película por parte de amigos, familia, escuela, iglesia?
34. ¿Recuerda alguna prohibición de películas o salas de cine por parte de su familia iglesia o escuela?
35. En caso afirmativo ¿Esta película motivo alguna iniciativa de censura o protesta?
36. ¿Recuerda haberse emocionado mucho con alguna película o escena en particular?

37. ¿Qué película o escena que vio de adulto recuerda que haya tenido algún impacto en su vida?
38. ¿Con que asocia su edad adulta con su experiencia de ir al cine, por ejemplo: las relaciones familiares, la situación económica, política?
39. ¿Qué diferencia encuentra entre ir al cine en su infancia e ir al cine actualmente?
40. ¿Ver películas en casa o en otros soportes (computadora, tabletas, ha modificado su experiencia de ir al cine?
41. ¿Qué nos puede decir de su experiencia de ir a salas digitales, 3D o 4DX?

4.3. ESTRATEGIA DE APLICACIÓN DE ENTREVISTAS Y ANÁLISIS

La realización de las entrevistas se llevó a cabo en la delegación Coyoacán en el 2015. El primer entrevistado fue Don Luis, de 90 años, en el centro de Coyoacán. En Centro de artes nos informaron que había alguien que sabía de cine, pero solamente se encontraba los lunes. Llegamos un lunes por la tarde, preguntamos por Don Luis y comentamos sobre el trabajo de investigación. Aceptó la entrevista y se tuvieron varias sesiones con él durante un mes, esto debido a que es una persona de avanzada edad y contaba poco a poco lo que se necesitaba saber sobre el cine en Coyoacán.

Cabe señalar que las edades de los entrevistados son de 30 años en adelante, porque se requería que contaran su experiencia sobre el cine desde su infancia hasta la edad adulta. Así, se inició la etapa de entrevistas con familiares y amigos que contaran con la edad requerida.

Siguiendo la estrategia de la bola de nieve, un entrevistado nos llevaba con un amigo y ese amigo nos llevaba con otro amigo, hasta que se realizaron las 30 entrevistas a personas que asistieran al cine desde su niñez hasta su edad adulta (tabla 4). Todas las entrevistas son historias que la gente recuerda con mucho cariño, algunos entrevistados lloraban cuando recordaban sobre su experiencia al cine durante su infancia, otros se emocionaban al recordar el momento de entrar a una sala de cine. Estas entrevistas son de gran importancia en este trabajo, constituyen la parte sustancial de ello.

Tabla 4. Relación de personas entrevistadas

Entrevista	Nombre	Edad	Ocupación
E1	Adriana Cruz García	36 años	Contadora
E2	Alejandrina Peralta Pérez	73 años	Maestra jubilada
E3	Aurora Cervantes de los Santos	55 años	Ama de casa
E4	Beatriz Segovia Landeros	46 años	Bibliotecaria
E5	Carmen Garcia Díaz	52 años	Ama de casa
E6	Carolina Cruz García	33 años	Lic. en Rel. internacionales
E7	Daniel Álvarez Rueda	31 años	Lic. Comunicaciones
E8	Diana fuentes Ayala	33 años	Ama de hogar
E9	Diana Morgan García	36 años	Empresaria
E10	Elizabeth Barrios Negara	32 años	Empleada
E11	Fernando Reyes Moreno	30 años	Contador
E12	Gabriela Padilla de los Santos	31 años	Ama de casa
E13	Gregorio Barraso Roldan	58 años	Maestro de educ. física
E14	Hilda Gamero Espitia	50 años	Telefonista Telmex
E15	Joel Adam Membrilla Galva	30 años	Chofer
E16	Julia Landeros Noguez	68 años	Bibliotecaria
E17	Lesvia Gonzales Hernández	42 años	Trabajadora del gobierno
E18	Luis Ebrad	90 años	Cronista
E19	Luis Manuel Cabrera Tapia	85 años	Jubilado
E20	Marilinda Hernández Salazar	37 años	Ama de casa.
E21	Martín Hernández Gutiérrez	42 años	Negocio de fletes y mudanzas
E22	Minnie Villamar Aceves	40 años	Ama de casa

E23	Octavio Contreras Gonzales	33 años	Actuario
E24	Laura Patricia Gómez Contreras	42 años	Bibliotecaria
E25	Raymundo Rosales Gonzales	32 años	Coordinador de vetas
E26	Rosalinda Gamero Hernández	55 años	Ama de Casa
E27	Sabina Dela guardia Ríos	40 años	Ama de casa
E28	Yolanda América	65 años	Bibliotecaria
E29	Nancy Andrea Nava García	40 años	Empresaria.
E30	Rosa Guadalupe Andrade Miichel	45 años	Ama de casa

Fuente: elaboración propia

Cada una de las entrevistas fue transcrita para su revisión y análisis, se relacionaron con los modelos de consumo y de esta forma se reconstruyó y documentó la experiencia cinematográfica de habitantes de la delegación Coyoacán.

CAPÍTULO 5

ANÁLISIS DE LA EXPERIENCIA CINEMATOGRAFICA DE HABITANTES DE LA DELEGACIÓN COYOACÁN. INFANCIA, JUVENTUD Y EDAD ADULTA

Las entrevistas realizadas para esta investigación dieron cuenta de temas relevantes relacionados con las dimensiones económica, tecnológica, la memoria cinematográfica, la transformación de las salas de cine, el origen de las películas (americano y mexicano), el consumo de alimentos dentro del cine, los intermedios y la clave generacional de algunos habitantes de esta delegación de la Ciudad de México.

Por otra parte, el propósito de este análisis es dar a conocer las historias de vida de las personas que han asistido al cine desde su niñez hasta su edad adulta, con el fin de entender sus experiencias cinematográficas y el consumo cultural de cine a partir de las respuestas de los entrevistados.

5.1. CINE Y ECONOMÍA

Actualmente el cine en México es un lujo para muchos, un boleto de entrada regularmente cuesta entre 46 y hasta 200 pesos, dependiendo el lugar y la zona, otro de los gastos dentro de una sala de cine son los alimentos según las preferencias de los consumidores (refrescos, palomitas, chocolates, nachos, etc.). De acuerdo con las respuestas de los entrevistados la economía es uno de los factores que incide en las preferencias de las personas para ver una película desde su casa, en una *tablet* o en el internet.

Una de las entrevistadas, la señora Hilda Gamero de 54 años, nos platicó que no le gusta el cine porque es costoso:

A mí no me gusta porque es demasiado caro el ir al cine, pero a pesar de eso la gente sigue asistiendo (Hilda Gamero Espitia, E14).

Actualmente el cine ofrece películas en 3D y 4D (tercera y cuarta dimensión respectivamente), estas nuevas atracciones hacen que la gente asista al cine, sin embargo el precio para ver este tipo de películas es costoso como lo menciona uno de los entrevistados:

Una película en 3D cuesta noventa y ocho, en 4D ciento cincuenta, ir al cine es muy caro, pero eso es lo que gasta de entrada, aparte las palomitas, el hot-dog, es caro ir al cine actualmente, es un pequeño lujo que muchos lo hacemos, representa un gasto fuerte (Daniel Álvarez Rueda, E7).

Asistir al cine representa un gasto y más cuando se quiere ver una película en formatos 3D o 4D, como menciona Daniel Álvarez es un pequeño lujo que muchos lo hacen, porque quieren pasar un momento agradable. Las películas en 3D y 4D son lo moderno, lo innovador, sin embargo implica un gasto además de que la experiencia produce un deseo de regresar al cine de manera frecuente.

Cuando se desea asistir al cine con toda la familia el gasto se incrementa considerablemente. Martín Hernández uno de los entrevistados es padre de familia y nos platica que cuando va todos al cine llegan a gastar alrededor de mil pesos:

Cuando podemos y queremos ir a ver una película vamos, pero ya no con la frecuencia de antes, el cine, actualmente es caro. Cuando voy llego a gastar hasta mil pesos, porque voy con mis tres hijas y mi esposa, pagar la entrada más aparte de lo que quieran consumir adentro, es carísimo (Martín Hernández Gutiérrez, E21).

La economía actual de México es difícil, el ir al cine es una distracción costosa y más cuando vas en familia, como el caso de Martín pagar las entradas al cine, los alimentos, etc. Otros prefieren no hacer ese gasto y ver una película en la comodidad de su casa, Joel Adam contó su experiencia:

Sí, bastante, porque en mi casa me sale un poco más económico, porque en mi casa compro unas cervezas, compro lo que yo quiera y nadie me dice nada, y en

el cine hay reglas que hay que apearse a ellas (Joel Adam Membrilla Galva, E15).

Economía y cine es uno de los temas interesantes que se encontraron en esta investigación, como lo demuestran las opiniones de los entrevistados. Cada uno de ellos aporta una opinión diferente sobre el tema, de acuerdo a su entorno. Sin duda el cine es un lujo que muchos se dan en la actualidad, tal es el caso de Fernando Reyes de treinta años de edad:

Ahora no se me hace caro el cine porque aparte trabajo y tengo como esa accesibilidad, pero me parece que no está caro, no se me hace caro ir al cine, inclusive yo si invierto en cine o invierto en películas, tengo gusto por apoyar la industria cinematográfica (Fernando Reyes Moreno, E11).

Muchas personas invierten en el cine, como Fernando Reyes que le gusta el cine y está de acuerdo en apoyar la industria cinematográfica, los costos de los boletos de entrada al cine no los considera costosos y le gusta vivir la experiencia de estar dentro de una sala de cine.

Otro de los entrevistados sobre el apoyo a la industria cinematográfica es Raymundo Rosales que trabaja en un centro de investigaciones, asiste con frecuencia al cine:

Me gusta el cine, de hecho muchas películas que tengo o que he visto las voy a ver al cine, por ejemplo ahorita lanzaron las de Nausica Glibi, todas esas que yo ya ví, pero las lanzaron en el cine otra vez, entonces las fui a ver (Raymundo Rosales Gonzales, E25).

De las 30 entrevistadas realizadas, muy pocas personas invierten en cine, las personas que invierten en cine regularmente son personas solteras, que cuenta con una economía estable. La gente soltera es la que puede asistir con frecuencia a una sala de cine.

Cabe mencionar que el precio de boleto de entrada es uno de los temas a discutir. En los años cuarenta existían dos salas de cine en Coyoacán: la sala Venustiano

Carranza y Cine de pueblo que dependían directamente del departamento central y daban funciones de cine a irrisorios precios de entrada tales como veinticinco centavos la luneta y diez la galería (Rosas, 2013: 5).

El cine ha tenido muchas transformaciones a lo largo del tiempo en todos los sentidos, por ejemplo: las salas, la calidad de imagen, el sonido y sin duda el precio de boleto de entrada, entre otros, pero como dicen algunos entrevistados, 'el cine es el cine' sea caro o sea barato la gente no deja de asistir, unos lo hacen con frecuencia, cada semana, cada mes, otros cada cinco meses y otros ya no asisten porque prefieren ver una película en casa que ir al cine.

La Revista el Consumidor realizó un sondeo en el cual muestra el porcentaje sobre los días que la gente asiste al cine: de acuerdo con el sondeo, los días favoritos para acudir al cine son los sábados (33%), miércoles (23%) y domingos (19%). Los horarios preferidos para asistir al cine son de las 16:00 a las 20:00 horas, porque es cuando ya concluyeron las labores cotidianas. En cuanto a la frecuencia de asistencia, los consumidores encuestados señalan que acuden esporádicamente (29.5%), una vez al mes (26%), una vez a la quincena (24.5%) y una vez a la semana (20%). El 77 por ciento de la muestra (308 personas) prefiere asistir al cine en pareja o en compañía de hasta tres personas más. El 16 por ciento afirmaron que acuden en grupo, mientras que la costumbre de ir solo es mínima, ya que únicamente el 7 por ciento mencionó esta opción. (Revista del consumidor: 2001:1).

Una de las ventajas que tiene el cine son los famosos "2X1" todos los miércoles, esta promoción aplican en algunos cines de *Cinemex* y *Cinépolis*, que consiste en pagar un solo boleto y entran dos personas, también hay promociones para los alimentos y bebidas. Actualmente el cine ofrece muchas promociones, en películas, descuentos con tarjetas, por ejemplo: las personas de la tercera edad que tienen tarjeta del INAPAM pueden asistir de manera gratuita una vez a la quincena por las mañanas, esta promoción fue implementada en el 2014 el jefe de Gobierno de la Ciudad de México, Miguel Ángel Mancera.

Las promociones que ofrece el cine, hace que las personas asistan a una sala de cine con amigos, con la familia, con tu pareja, muy poca gente va al cine solo, regularmente se asiste al cine en compañía de alguien.

5.2. TECNOLOGÍA Y CINE

Uno de los temas importantes en esta investigación es la tecnología en las salas de cine. Actualmente existen salas en 3D y 4DX, que consisten en ver una película con unos lentes oscuros. Ya puestos los lentes la pantalla se ve diferente: el coche, el actor, sale de la pantalla.

A los entrevistados se le pregunto qué pensaban sobre estas salas que están de moda en la actualidad. Beatriz Segovia cuenta su experiencia:

Padrísima, porque ver que se salen de la pantalla, antes sí había en tercera dimensión, pero como ahora no (Beatriz Segovia Landeros, E4).

Las salas en 3D son muy atractivas. Este tipo de salas capta la atención de los individuos que asisten al cine. Diana Fuentes, dice que las salas 3D hace que las imágenes sean reales:

Son muy atractivas, cobran una mayor atención en cada individuo, las imágenes se ven mucho más reales (Diana Fuentes Ayala, E8).

La experiencia que vive cada persona en una sala 3D es diferente, aunque la mayoría de los entrevistados coinciden que estar en una sala 3D es una experiencia única e irrepetible, Marilinda Hernández opina sobre del tema:

En 4DX no he tenido la oportunidad, en 3D si es bonita la experiencia porque te adentra en la película, sientes que estás ahí (Marilinda Hernández Salazar, E20).

La experiencia en salas digitales ha llamado la atención de las personas. Hay personas a las que no les gusta el cine y sin embargo, éste puede ser un motivo para que asistan. La mayoría de las personas comentaron que el 3D te atrapa, que ver una película donde los personajes se salen de la pantalla es realmente emocionante aunque hay personas a las que no les gusta y les da miedo, tal es el

caso de la señora Alejandrina, una persona de setenta y tres años, quien dice que es una emoción fuerte:

No me gusto, es una emoción muy fuerte, cuando fui a ver una película en 3D y vi que se me venía el tren encima, ¡Ay Dios mío! es muy fuerte para mí, que las cosas se salgan de la pantalla (Alejandrina Peralta Pérez E2).

Las salas digitales son una atracción que llama la atención del público en general. Sin embargo existe otro tipo de tecnología en la cual se puede ver una película sin necesidad de estar dentro de una sala de cine: computadoras, *tablets* e Internet le están ganando de alguna manera la partida a las salas de cine, esta tecnología ha permitido que la gente modifique la manera de ver una película, por varios motivos, entre ellos está la comodidad de ver una película en casa sin necesidad de salir, otro motivo es la economía. Cabe decir que no es lo mismo estar en tu casa o en el trabajo viendo una película que estar en una sala de cine a muchas personas les gusta esta dinámica y a otros no tanto.

A una de las entrevistadas, Carolina García, le gusta esta dinámica de ver una película con otros medios (*tablet, computadora*) y considera que es bueno usar las nuevas tecnologías:

Sí, porque nos volvemos más sedentarios, ya no tenemos esa intención de decir vamos a salir al cine y a pasarla bien, pues ahora que tenemos mayor facilidad con estos aparatos decimos hay que quedarnos en casa, entonces eso nos provoca estar comiendo no disfrutar la película como se debe por que los hijos están jugando, nos interrumpen, el teléfono suena, no es lo mismo pero se vive así, cuando es una película que nos interesa optamos por ir al cine, si no pues no, por eso es que vamos muy pocas veces al cine (Carolina Cruz García, E6).

Carolina considera que la tecnología es una herramienta útil e importante para ver una película, ella está de acuerdo en utilizar estas herramientas, sin embargo también opina que no es lo mismo ver una película en casa que en una sala de cine, porque en una casa hay más ruido, que en una sala de cine.

A la señora Yolanda no le gustan las salas de cine porque las considera pequeñas. Ella relató que antes las salas de cine eran muy grandes y a que ahora le causan claustrofobia, por lo que prefiere ver una película dentro de su casa:

Si bastante, ya no voy al cine, las salas de cine son muy pequeñas siento claustrofobia (Yolanda América, E28).

Diana Morgan, sostiene que el utilizar la tecnología en casa es bastante emocionante y considera que el cine lo puedes realizar dentro de tu casa:

La verdad si, tener la pantalla y los sonidos, lo puedes hacer en tu casa, y tienes la facilidad de bajar películas actuales (Diana Morgan García, E9).

La tecnología es muy práctica para muchos, sin embargo cabe mencionar que las salas de cine siguen siendo relevantes para algunos. Tal es el caso del señor Gregorio, de cincuenta y ocho años de edad, a él le gusta ir al cine y nos comenta que no es lo mismo ver una película en una computadora que estar en una sala de cine:

No, un tiempo sí, pero la experiencia de ir al cine no se compara por la convivencia con otros seres humanos, me gusta mucho ir al cine y por la convivencia con otras personas, observarlas, no sé, se me hace un ambiente muy agradable (Gregorio Barraso Roldan, E13).

La tecnología avanza a pasos agigantados y el cine se convierte en una tecnología mundial, actualmente está modernizado y sin duda se convierte en un aparato tecnológico importante, las salas 3D y 4D hacen que el cine sea atractivo y llamativo para el público. A la mayoría de los entrevistados estas salas le parecen relevantes, es una nueva manera de encontrar diversión fuera de casa y una nueva forma de mirar el cine. No dudemos de que el cine ofrecerá más atracciones porque el avance de tecnología es innegable. Cabe mencionar que los entrevistados de más de 46 años están sorprendidos de la forma en qué ha cambiado el cine respecto a la tecnología, la mayoría de ellos mencionan que es un buen aporte para la industria cinematográfica.

5.3. TRANSFORMACIÓN DE LAS SALAS DE CINE

Una de las transformaciones relevantes del cine son sus salas ¿cómo eran antes?, ¿cómo son ahora? Las salas de cine antiguamente eran teatros o palacios grandes, las pantallas eran grandes y era una sola sala. Cabe decir que aquí en México hubo una sala de cine importante llamada el Palacio Chino que era famoso porque estaba adornado con figuras chinas y esto atraía al público. Otra atracción de las salas de cine son las famosas butacas, que eran de terciopelo y también el cine estaba dividido en dos partes: luneta y galería; la luneta era la parte que se encontraba enfrente de la pantalla y la galería era el segundo piso, cada uno de estos detalles atraían a las personas y los motivaban para asistir al cine.

Las transformaciones de las salas de cine también se aprecian en la información que proporcionaron los entrevistados. La señora Beatriz nos describe cómo eran las salas de cine antes y cómo son actualmente:

Grandísimas y muchas filas de asientos y muy amplias, las pantallas grandotas, grandotas, de eso me acuerdo, había una dulcería (Beatriz Segovia Landeros, E4).

El lugar donde se proyecta una película es importante. La señora Beatriz comentó que las salas eran enormes, actualmente las salas son un poco más reducidas y los asientos más grandes:

Son chicas, la pantalla no es tan grande como las de antes, los asientos ya tienes una paleta para que puedas poner tu comida, ya no estás junto con la otra persona, están más grandes los asientos. (Beatriz Segovia Landeros, E4).

Lo que llama la atención actualmente son las salas en 3D y 4DX. Esta es una razón por la cual la gente asiste al cine. La Señora Sabina platicó su experiencia en estas salas:

Son mejores, ya puedes entrar a las salas 3D con los niños, no he entrado a la que dicen de 4DX, esa no me llama la atención porque padezco de vértigo, pero a mis enanos sí les gustaría, les gusta mucho ir al cine, pero les gusta mucho el 3D, se me hace un poco elevado porque son tres y te piden de todo, entonces hay que

pensarlo para ir con ellos, porque hasta te dan tarjetitas para que seas continuo. Ahorita yo siento que son más pequeñas, pero la calidad es muy buena, los asientos mucho mejores, ya no te cansas de estar sentada, intentan hacerlo cómodo (Sabina De la guardia Ríos, E27).

Las salas de cine han tenido un cambio trascendental a lo largo de los años, de ser salas enormes con pantallas enormes a pasar a ser salas pequeñas y reducidas. Sin embargo, en la actualidad las salas de cines son modernas, la calidad, el sonido, las cómodas butacas y las salas digitales en 3D y 4DX, hacen que el cine se vuelva una de las atracciones más divertidas para las personas.

La mayoría de los entrevistados considera que el cambio que ha tenido las salas de cine ha sido relevante, Adriana Cruz una de las entrevistadas considera que ha mejorado el sonido y la imagen de las películas:

La diferencia es muy grande, desde las salas, hasta el audio y la imagen digital, ha mejorado y es hoy mucho mejor (Adriana Cruz García, E1).

La calidad de imagen y el sonido en los cines ha cambiado considerablemente. Como mencionó un entrevistado en los cines de Coyoacán el cine era mudo y para que no fuera aburrido había una orquesta en vivo. El cine nos va sorprendiendo día tras día, las salas de cine es una de las cosas importantes porque si la sala es moderna y cuenta con tecnología buena, las personas vuelven a ese lugar, pero si la sala es austera poca gente va ese lugar. Uno de los entrevistados relató: en el Zócalo de la Ciudad de México hay un cine muy viejo y ahí transmiten películas de arte, pero no me gustó el lugar, solo asistí una vez, el lugar tiene mucho que ver para que regreses o no.

5.4. CINE, FICCIÓN Y REALIDAD

Muchos de nosotros hemos escuchado la frase que dice: *La realidad supera la ficción*. Si algo es cierto es que el cine ha dejado huella a través de las películas. Todos, en algún momento de nuestra vida, recordamos alguna película que causó

impacto en nosotros, o simplemente la recordamos porque fue la primera película que vimos.

Una de las primeras películas que mencionaron varios entrevistados fue Los diez mandamientos. La señora Carmen García nos platicó su experiencia:

La de Los diez mandamientos, cuando se abre el mar, me impactó. Y otra es la de Escamoch, con las espadas pensaba que nos iban a enterrar las espadas que sacaron en esa película. (Carmen García Díaz, E5).

Cada persona vive una experiencia diferente al ver una película, y la recuerda con emoción. La historia de cada entrevistado es importante. Gabriela Padilla platica su historia sobre la película Los Gremlins y el impacto que tuvo en ella:

Sí, los Gremlins, me encanto porque eran extraterrestres, y les echabas agua, y se multiplicaban, y era padre, la segunda película de los Gremlins, una Gremlins beso a un muchacho, y esa escena fue muy impactante. (Gabriela Padilla de los Santos, E12).

Esta película de los Gremlins, es una película estadounidense de comedia y terror en el año de 1984, una de las películas más vistas en México y Estados Unidos. También hubo otras películas mexicanas que impactaron como la de Santo contra los Vampiros. Aurora platica como vivió su experiencia con esta película:

Santo contra los vampiros, me gusta en la escena donde se meten a la cueva a luchar con los vampiros. Como se defendía el Santo, me gustaba mucho como actuaba. (Aurora Cervantes de los Santos E3).

Las películas generan un impacto en la vida del público. Los entrevistados recuerdan con gran emoción la película que dejó en ellos una huella. Recuerdo a cada uno de los entrevistados platicar con gran emoción la escena de la película que les agradó.

Al preguntar a cada entrevistado sobre el impacto de las películas, ellos mencionaron sobre las películas que eran prohibidas, aquellas películas que

solamente podían ver los adultos. La prohibición de films es uno de los temas interesantes encontrados en esta investigación. Minnie Villamar platicó la experiencia que ella tuvo cuando hablaban de películas prohibidas:

Yo recuerdo que todos hablaban de la película, Mariana, Mariana, así como ¿qué pasa? Mucha expectativa (Minnie Villamar Aceves, E22).

De las entrevistas realizadas en esta investigación, las personas de 40 años en adelante mencionan que las películas que traen escenas no aptas para niños eran difícil de ver en una sala de cine, y si las lograbas ver no se podía platicar abiertamente sobre el tema. Nancy Nava platicó de una película porno que vio, y ella dice que lo que vio no tiene nada que ver con lo que se transmite actualmente:

Una que se llamaba Cuatros semanas, era porno, pero no era a lo que ahorita hay. (Nancy Andrea Nava García, E29).

Actualmente el cine te ofrece todo tipo de películas, románticas, de acción, violencia, comedia, etc. Cada individuo elige lo que desea ver, y donde ver una película. Julia Landeros platicó su experiencia con la prohibición de las películas:

Todas, me decían: que no vayan al cine, que puras viejas encueradas, besándose y todo, pero no recuerdo las películas. (Julia Landeros Noguez, E16).

Cada individuo vive una experiencia diferente dentro de una sala de cine. La señora Julia Landeros no asistía mucho al cine por los comentarios que escuchó de sus amigos y familiares. Sin embargo, decidió vivir su propia experiencia y contar su historia. Actualmente las películas están clasificadas, y te dicen en el cine a partir de cuantos años puedes ver la película que te interesa.

Existen películas que se apegan a la realidad de la vida cotidiana, o están basadas en hechos verídicos, cada película deja una reflexión o un mensaje. A Carolina Cruz le gusta la película de Jack y considera que esta película deja una enseñanza:

Sí, hay películas que se relacionan con tu vida cotidiana, por ejemplo la de Jack que te enseña el respeto, o la salida a algún problema de esos se trata la película, y yo lo veo reflejado en la vida cotidiana (Carolina Cruz García, E6).

Los que hacen cine se han encargado de realizar películas que atrapen al público, y la gente se identifique con personajes, o con la misma historia, el señor Luis Manuel considera que vio película que se apegaban a la vida cotidiana:

Pues había películas muy buenas que se apegaban a la vida cotidiana, las de Sara García por ejemplo (Luis Manuel Tapia Cabrera, E19).

También hay películas que transmiten lo que sucede en un país, y estas películas también son vistas por los espectadores:

Algunas películas sí muestran la realidad de un país (Beatriz Segovia Landeros, E4).

En la actualidad, la industria cinematográfica se encarga de realizar películas con sucesos o acontecimientos de un país, tal es el caso de México, donde se presentan películas con temáticas de migración, violencia, robos, injusticias.

Si algo tenemos que agradecer a los productores de cine es la realización de este tipo de películas, esto hace más atractivo al cine, y hace que las personas asistan a una sala y paguen un boleto de entrada para ver una buena película y reconocer la vida en la pantalla.

5.5. MEMORIA Y CINE

Esta investigación se basa en la experiencia que tienen las personas al asistir al cine, cuando se realizó el cuestionario se consideró realizar una pregunta a los entrevistados que fue: ¿Qué cines recuerda? La mayoría de ellos recuerda los cines antiguos que se encontraban en Coyoacán, cabe mencionar que la investigación de este proyecto de tesis es en la delegación Coyoacán. Uno de los entrevistados que considero que aporta sobre la historia del cine principalmente en

Coyoacán es el señor Luis Ebrad, un Cronista, de noventa años, el Señor Luis contó cómo llegó el cine a México:

Como llego el cine a México, que se inventó por los franceses hermanos Lumiere, hubo una interesantísima divulgación por lo rápido que se extendió lo que era el poder tener imágenes en movimiento proyectadas en una pantalla pues eso como bien decía uno de los comentaristas de esta invención, con el cinematógrafo la muerte dejó de ser permanente, si tú tienes ya a alguien que está platicando contigo que está moviéndose delante de ti, si tienes la evidencia de que ello estuvo firmado en tu casa, o en tu Ciudad Capital, en Francia o donde haya sido esa persona tiene vida recobra vida no murió definitivamente, la tienes ahí como un agrado de vitalidad que es la que se ha hecho que se haya afirmado esa gran verdad de que con el cine la muerte dejó de ser definitiva, gracias en particular a los hermanos Lumiere unos franceses de la Ciudad de Lyon, en el centro de Francia. Afortunadamente, a México llegó un enviado de estos hermanos cuando ya como empresarios que vinieron a interesar a México como lo hicieron en muchas partes del mundo a que conocieran esa nueva aportación, y fue adoptado inmediatamente en el buen sentido la novedad esta, la manera esta de pasar una parte del tiempo como acercándose a otras personalidades, a otras nacionalidades, a otros espacios incluso del entorno relativamente cercano, y se dice que el primer actor del cine mexicano, como tú lo sabes fue Porfirio Díaz, lo primero que hicieron estos señores fue ir a saludar al presidente, los señores que vinieron de parte de los empresarios fueron a saludar al presidente al Castillo de Chapultepec, y ahí se gravaron las primeras escenas en México por la nueva técnica de cinematografía. (Luis Ebrad, E18).

Otra de las aportaciones importantes es la entrevista de la Señora Yolanda, quien recuerda con gran emoción los cines antiguos en la delegación Coyoacán:

Tenía como seis años, ya estaba en la primaria, en Coyoacán había dos cines, que por lo regular uno era para películas mexicanas, y el otro era para películas extranjeras, uno se llamaba el cine Esperanza y el otro el cine Centenario, y para mí era grato ir a ver esas películas porque era como un premio porque aparte uno se divertía mucho, era dos películas por el mismo precio, y nos agradaba mucho ir en familia.

Ya no teníamos el tiempo para ir al cine, aparte varios cines los ocupaban ahorita me viene a la mente el Metropolitan que ya lo cambiaron para poner películas eróticas todo eso, entonces ya no nos llamaba mucho la atención, eso y el Roble ya había la cuestión adolescentes y adultos, recuerdo que la programación ya no era tanto para la familia, sino para adolescentes y adultos (Yolanda América, E28).

Cabe mencionar que estos cines antiguos ya no están en funcionamiento. Sin embargo, la gente que llegó a asistir a ellos los recuerda porque fueron los primeros cines en la delegación Coyoacán. Con el paso del tiempo la industria cinematográfica creció y llegaron las salas de cine multiplex, como Cinemark, Cinemex, Cinépolis:

Pues ya empezaban a entrar las grandes industrias, como es Cinemex, Cinemark, los cines Lumiere, me parece que todavía no estaban en la Ciudad de México, pero lo que más se consumía era Cinemex (Octavio Contreras Gonzales, E23).

Pues ya estaban los Cinemex, Cinemark, Lumiere (Diana Fuentes Ayala, E8).

A partir de la llegada de Cinemex y Cinemark, la gente empezó a asistir con más frecuencia, ya que estos cines cuentan con atracciones que llaman la atención, como las salas digitales 3D, el sonido. Sin embargo, algunos cines no se encuentran en la delegación Coyoacán, están en su límite, como la Cineteca Nacional, y la gente asiste ahí porque le gusta desplazarse hacia otros cines más allá de su delegación.

5.6. CINE Y RITUALES

En esta investigación un tema relevante es el consumo de los alimentos dentro de una sala de cine. Al realizar las entrevistas, los entrevistados dicen que era caro consumir alimentos en el cine, por lo tanto para evitar este gasto preferían llevar alimentos preparados en casa. Daniel Álvarez cuenta ese momento:

Lo único que nos compraban mis papás eran refrescos, pero antes, no sé si era legal o no, pero mi mamá nos hacía palomitas y chicharrones hechos en casa, las

echaba en una bolsita y nos lo daba allá, y llevaba también salsa, lo único que comprábamos en el cine eran refrescos (Daniel Álvarez Rueda, E7).

Cada persona vive una experiencia diferente dentro del cine. En el caso de los alimentos Daniel dice que sus papás no contaban con muchos recursos económicos para consumir alimentos dentro de la sala. Los alimentos eran muy costosos y las personas preferían llevar comida hecha en casa.

Otra de las entrevistadas es Diana Morgan que recuerda consumir lo que a ella le gustaba:

Bueno en ese entonces, yo era de familia muy mexicana, pero dependiendo del tío con que iba, había una tía que siempre nos compraba todo, lo que quisieras, malvadiscos a mí me encantaban, pero a veces llevaban tortas de jamón y era la locura con las tortas. (Diana Morgan García, E9).

Diana recuerda con emoción el momento de los alimentos. El llevar tortas a un cine era un momento de diversión y convivencia familiar. La señora Yolanda cuenta cómo consumía alimentos durante su asistencia al cine:

Por lo regular era de comprar las palomitas, pero mis abuelos nos ponían golosinas, y a la salida pues cenar, en Coyoacán nos íbamos a uno que estaba el cine esperanza por Santa Catarina había un puesto de tacos, y pambazos que era donde nos llevaban a comer, y en Coyoacán nos llevaban a la cafetería la Suiza y pues ahí era merendar, y en el centro nos llevaban a diferentes lugares a comer. (Yolanda América E28).

El estar en una sala de cine va más allá de ver una película, es también disfrutar los alimentos que venden dentro y fuera, las palomitas, el refresco, los chocolates, se convierten en el ritual más famoso cuando vas al cine. Cabe mencionar que actualmente, el cine ofrece paquetes de alimentos de tu preferencia, cada persona decide qué consumir durante su asistencia al cine, aunque este implique un gasto más, la mayoría de los entrevistados dicen: si no compras unas palomitas, o los nachos cuando vas al cine es como si no hubieras estado ahí. Los alimentos dentro del cine es un tema de investigación relevante.

5.7. CINE AMERICANO Y MEXICANO

El cine transmite todo tipo de películas, mexicanas, americanas, europeas, latinoamericanas, etc. A cada entrevistado se le preguntó ¿qué tipo de películas recuerda más si mexicanas o americanas? Las respuestas fueron variables, aunque cabe mencionar que las películas americanas son las que predominan, Fernando Reyes Moreno habló del tema:

Americanas porque la industria americana era la que tenía mayor cantidad de películas infantiles, llámese Disney. Toda la gama de Disney me la chute, Blanca Nieves, La Cenicienta todo eso es lo que recuerdo y lo que me gustaba en ese momento (Fernando Reyes Moreno, E11).

El cine americano se caracteriza porque transmite películas que cuenta con alta tecnología, pero también se caracteriza por sacar películas infantiles, dibujos animados, las películas de Disney son las películas infantiles más antiguas. La mayoría de los entrevistados recuerda la película de Blanca Nieves, Cenicienta, etc. Las películas americanas son producciones con un alto consumo. Octavio Contreras dio su opinión:

Americanas que siempre han sido las grandes producciones para el consumo del cine. (Octavio Contreras Gonzales, E23).

Las películas americanas dejan una huella en el público mexicano. No obstante, las películas mexicanas también cuentan con una producción buena, muchos entrevistados recuerdan las películas de Pedro Infante, Cantinflas, y María Félix, entre otros:

Pues es variable, de ambas, mexicanas, como las de Pedro Infante, el Indio Fernández, de mujeres María Feliz, Columba Domínguez y como las americanas eran Liz Taylor, Marilyn Monroe (Yolanda América, E28).

Pues americanas la película 'Sangre por sangre' y mexicanas la de 'Patrullero 0077' la del 'Barrendero'. (Joel Adam Membrilla Galva, E15).

La industria americana se ha caracterizado por sacar películas que sean atractivas al público. La alta tecnología que Estados Unidos usa ha permitido que el público mexicano opte por ver una película americana que una europea o mexicana, aunque cabe señalar que en la actualidad existen películas de otros países que son muy buenas, por su historia, guion, etc. México es uno de los países donde se transmiten películas de alta calidad y son muy buenas. Y también actualmente hay productores mexicanos como Alejandro González Iñárritu quien realiza películas que han sido premiadas. Y más allá de lo anterior, debemos reconocer que el gusto/recuerdo puede estar condicionado por la asimetría en la oferta. La cuota de pantalla entre las películas de origen estadounidense frente a las mexicanas, europeas y de otros países es indiscutiblemente favorable a las primeras. En tal sentido, aunque directores, fotógrafos o actores mexicanos triunfen en el mundo, el impacto del cine mexicano es menor.

5.8. CINE E INTERMEDIOS

Cuando se inició el cine, una de las atracciones eran los intermedios ¿Qué son los Intermedios? Es un pequeño receso durante una película, en los cines antiguos de Coyoacán, para no hacer los intermedios aburridos ponían música en vivo para que el público no se aburriera. Esta atracción hizo que el público asistiera al cine, y pasar un momento agradable. Daniel Álvarez platicó la experiencia que vivió con los famosos Intermedios:

Una vez nos iban a sacar porque nos estábamos echando palomitas, como era con mis amigos de la secundaria, nos advirtieron dos veces y dijeron a la próxima se van todos, y era como una fila de quince amigos, entonces nos regañaron, ahí sí recuerdo perfectamente que fue en un intermedio (Daniel Álvarez Ruda E7).

En este apartado, la gente recuerda el momento en que se les preguntó sobre los intermedios. Diana Morgan una de las entrevistadas cuenta la historia que vivió durante los intermedios:

Nos poníamos a jugar en la rampa, te escondías en las cortinas, y eso estaba padre en los intermedios (Diana Morgan García, E9)

Los Intermedios eran para jugar, para pasar el rato, para platicar. La Señora Yolanda dice que ella en los intermedios iba a la cafetería a fumar:

Pues ir a la cafetería, fumar. Pues en algunas, recuerdo de una súper estrella que daban un tiempo, pocas películas empezaron con intermedios (Yolanda América, E28)

Cada persona cuenta su historia, como vive el momento al ir al cine, los intermedios son un punto clave en esta investigación, Joel Adam cuenta qué pasaba durante los intermedios:

Pues nos poníamos a platicar con las niñas, empezar a ligar a alguien (Joel Adam Membrilla Galva, E15)

Actualmente en los cines no existen los intermedios, ese pequeño descanso que era un momento en el cual podías aventar las palomitas, ligar a la chica o al chico que te gustara, platicar con los amigos, etc. Los intermedios fueron una de las partes importantes durante la asistencia al cine, de acuerdo con los entrevistados, los intermedios les gustaban mucho, porque era el receso para divertirse. Cabe mencionar que actualmente existe un cine en la Ciudad de México donde hay Intermedios. Éste se encuentra en la delegación Iztapalapa, pero la gran mayoría de los cines ya no cuentan con Intermedios.

5.9. CINE Y GENERACIONES

En esta investigación se decidió realizar un cuestionario estructurado el cual está dividido en tres etapas importantes, niñez, juventud, y edad adulto, para ello se determinó que las edades para las entrevistas son de los treinta años en adelante, se eligió a este público porque se investiga dos generaciones la primera de los noventa hasta los cuarenta y dos años, y la segunda generación de los treinta tres a los treinta, cabe mencionar que cada entrevistado aportó información relevante para esta investigación.

El cine ha evolucionado de una manera impresionante. Gabriela Padilla cuenta su historia:

¡Ay! pues hay mucha diferencia, tanto las butacas, el servicio que llevas para los niños, ya hay diferencia hasta en los tickets, ya es muy moderno (Gabriela Padilla, E12)

El cine hoy por hoy es lo más moderno, los asientos, las pantallas de alta definición, cada elemento que compone el cine es de suma importancia. La señora Beatriz habla sobre el tema:

Bueno hay mucha diferencia, porque antes era de verdad infancia, de verdad éramos niños íbamos con emoción al cine ahora vamos con emoción por la tecnología como la manejan, como se ve en las pantallas, como se ve la tecnología y eso es lo que a mí me emociona, ver la mente de las personas que realizan las películas (Beatriz Segovia Landeros, E4)

Las técnicas del cine mejoran día tras día, una de las atracciones del cine son las pantallas 3D y 4DX, actualmente el cine ofrece películas en tercera y cuarta dimensión y las experiencias son únicas e irrepetibles. La señora Alejandrina cuenta su experiencia:

Bueno, en cuestión de las técnicas ha mejorado mucho porque ahora se pueden ver en tercera dimensión, que aunque no sea en tercera dimensión las escenas son espectaculares, antes eran más sencillo, no podían grabar ese tipo de escenas, acciones (Alejandrina Peralta Pérez, E2)

Una de las personas que aportó en esta investigación es el señor Luis Ebrad, un cronista de 90 años de edad. El señor Luis cuenta la historia del cine en México:

Hermanos Lumiere, afortunadamente a México llegó un enviado de estos hermanos cuando ya como empresarios que vinieron a interesar a México como lo hicieron en muchas partes del mundo a que conocieran esa nueva aportación, y fue adoptado inmediatamente en el buen sentido la novedad esta, la manera esta de pasar una parte del tiempo como acercándose a otras personalidades, a otras nacionalidades, a otros espacios incluso del entorno relativamente cercano, y se dice que el primer actor del cine mexicano, como tú lo sabes fue Porfirio Díaz, lo primero que hicieron estos señores fue a saludar al presidente, los señores que vinieron de parte de los empresarios fueron a saludar al presidente al Castillo de

Chapultepec, y ahí se gravaron las primeras escenas gravadas en México por la nueva técnica de cinematografía (Luis Ebrad, E18)

Si es bastante, mucha la diferencia, porque antes no existía la calidad que ahora está, antes las películas las veías y le faltaban algo no sé, pero ahora es impresionante porque entras y ves películas en 3D, se salen las cosas y si es impresionante (Joel Adam Membrillo, E15)

El tener diferentes opiniones de distintas generaciones ha permitido que el trabajo de investigación se enriquezca. Cada respuesta es de suma importancia porque se puede ver cómo ha trascendido el cine a lo largo del tiempo y cómo cada persona tuvo una experiencia distinta dentro y fuera del cine de acuerdo a su edad y su época. Cabe resaltar que a la mayoría de los entrevistados les agrada ir al cine actualmente.

CAPÍTULO 6

CONCLUSIONES

Las salas de cine actualmente ofrecen atracciones para el público en general, de acuerdo a las 30 entrevistas que se realizaron y las preguntas de investigación que se plantearon en este trabajo, se encontró que los habitantes de la delegación Coyoacán no asisten con regularidad al cine en dicha delegación, cada individuo elige buscar una sala de cine en otro punto de la Ciudad de México. ¿Cuál es la causa por la cual la gente se traslada a otros puntos de la ciudad para ir a ver una película? Uno de los motivos es el precio de boleto de entrada, en el centro Comercial Gran Sur que se encuentra en Coyoacán, cuesta alrededor de 200 pesos, mientras que en otras delegaciones aledañas como Tláhuac el costo es de 46 pesos aproximadamente, esto solo expresa el costo del boleto de entrada sin tomar en cuenta los alimentos que regularmente la gente consume dentro de una sala de cine.

Los resultados sugieren que para la mayoría de las personas objeto de este estudio asistir a una sala de cine es costoso, por lo consiguiente optan por ver cine en casa. Aunque hay un grupo pequeño de entrevistados que asisten al cine con frecuencia, este grupo corresponde a las personas solteras, profesionistas, que apoyan a la industria cinematográfica. Otra sala de cine que ofrece un precio accesible al público en la delegación Coyoacán es la Cineteca Nacional ubicada en Av. México.

La visión de este trabajo desde se dirigió a indagar sobre la experiencia cinematográfica en los habitantes en la delegación Coyoacán y una de las preguntas principales fue ¿De qué manera la experiencia de “ir al cine” ha moldeado la vida cultural, social y personal? Esto responde a las nuevas tecnologías que actualmente las personas utilizan para ver una película por medio de una computadora, Internet, tabletas, la televisión, etc.. Estas herramientas son utilizadas principalmente por los más jóvenes.

Las nuevas prácticas culturales y las nuevas formas de consumir cine guardan relación con las nuevas tecnologías, la interacción digital que se está llevando a cabo en esta época es muy fuerte la tecnología ha logrado moldear el estilo de vida y el cine logra que los espectadores se emocionen y sientan a través de una película.

Por otra parte, lo que indaga este trabajo recepcional es la transformación de las salas de cine a lo largo de los años. Varios entrevistados recuerdan con emoción los cines antiguos que eran teatros grandes, butacas aterciopeladas, música en vivo etc., la memoria fílmica también fue relevante para esta investigación, recuperar información sobre los cines antiguos y hacer una comparación de las salas de cine actuales. De acuerdo con la Cámara Nacional de la Industria Cinematográfica, existe un déficit de 7000 salas de cine en la República Mexicana, esto nos lleva a entender las nuevas formas de mirar el cine.

Asistir al cine va más allá de ver una película de acción, diversión, romántica, reflexiva etc., ir al cine conlleva mirar todas las transformaciones que tiene y seguirá teniendo con el paso del tiempo.

El cine en México es muy importante, así como la experiencia de cada individuo, cada historia que se encuentra en este trabajo demuestra cómo se vive el cine dentro y fuera de una sala, las historias de vida son reales, cada espectador vive su vida de acuerdo a lo que tienen en su entorno, en su colonia, en su ciudad, en su país.

Las nuevas formas de consumir cine, las nuevas tecnologías de alguna manera le hacen competencia a una sala de cine. Sin embargo, no es lo mismo mirar una película en casa que ver una película en una sala de cine. Como mencionó una de las entrevistadas: "el cine es el cine". México ha crecido y seguirá creciendo a base de la tecnología, aunque no es tan avanzada como otros países como USA y Japón (por mencionar algunos).

El resultado de este trabajo fue favorable, se resolvieron las preguntas que se plantearon y algunos temas interesantes como economía y cine forman parte de una agenda futura de investigación que puede incluir el análisis cualitativo.

BIBLIOGRAFÍA

- Aguilar, J., (1994) *Coyoacán de mis recuerdos*. México.
- Allen, R., (2006) "Relocating american film history. The 'problem' of the empirical". *Cultural Studies*, Vol. 20, Issue 1, pp. 48-88.
- Barbero, J., (1998) *De los medios a las mediaciones*. México, Gustavo Gili.
- De los Reyes, A., (1983) *Cine y Sociedad en México 1896-1930: Vivir de sueños/Bajo el cielo de México*. México, Instituto de Investigaciones Estéticas, Universidad Nacional Autónoma de México.
- Delegación Coyoacán, (2003). *Historia oral de los barrios y pueblos de Coyoacán*. Consejo de la Crónica de la Ciudad de México.
- Fuertes, M., y Mastrini, G., (2014) *Industria Cinematográfica latinoamericana. Políticas públicas y su impacto en un mercado digital*. Buenos Aires, la Crujía.
- García, E., (1943). *Historia documental del cine mexicano 1943-1945*. Tomo 3. Universidad de Guadalajara, Gobierno de Jalisco, Conaculta IMCINE.
- García, N., (1991) El consumo también sirve para pensar. *Diálogos de la Comunicación*, Num. 30.
- García, N., (1995) *Consumidores y Ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*. México DF, Grijalbo.
- Gómez, R., (2008) "Políticas e industrias audiovisuales en México: apuntes y diagnóstico". *Nueva época*. Núm. 10, pp. 191-223.
- Hall, S. (1987) "Encoding/Decoding" en S. Hall (ed.) *Media, Cultura and Society* (2). Londres, Academic Press, 57-72.
- Hernández, R. et al., (1991). *Metodología de la investigación*, México, McGraw-Hill Interamericana.
- Instituto Mexicano de Cinematografía, (2012). *Anuario estadístico de cine mexicano 2011*. México: IMCINE.

Lozano, J., (2008) "Consumo y apropiación de cine y TV extranjeros por Audiencias en América Latina". *Revista Científica de Comunicación y Educación*. Vol. XV, Num. 30, pp. 67-72.

Meers, P., Biltereyst, D., y Van De Vijver, L., (2011). "Metropolitan vs rural cinemagoing in Flanders, 1925–75". *Screen*, Vol. 51, Issue 3, pp. 272–280.

Monsiváis, C., (1994) *Luneta y Galería. Atmósfera de la capital, 1920-1959*. México, Departamento del Distrito Federal.

Monsiváis, C., (2006) *Aires de familia. Cultura y sociedad en América Latina*. Anagrama.

Olabuenaga, J., (1996) *Metodología de Investigación Cualitativa*. Universidad de Deusto, Bilbao.

Padilla, R., Repoll, J., González, D., Moreno, G., García, H., Franco, D. y Orozco, G., (2012). "México: la investigación de la recepción y sus audiencias. Hallazgos recientes y perspectivas" en Jacks, N. (Coord., editora) *Análisis de recepción en América Latina: un recuento histórico con perspectiva a futuro*, Ecuador, CIESPAL.

Pierre, B., (2010) "*Consumo Cultural*" en el sentido social del gusto. *Elementos para una sociología de la cultura*. Buenos Aires, Siglo XXI.

Ramos, M., (2002) "La transformación de las salas de cine en México. Un acercamiento a la lógica medición en consumo cinematográfico urbano". Tesis de licenciatura. México D.F. Universidad Intercontinental.

Repoll, J., (2010). *Arqueología de los estudios culturales de audiencia*. México, UACM.

Rosas, A., (1998) "El cine y sus públicos en México. Un balance bibliográfico", en *Versión. Estudios de Comunicación y Política*. Num. 8, pp. 227-247.

Rosas, A., (2009) "Consumos culturales y ciudadanía en tiempos de globalización". *Ejes de reflexión/ cultura inclusión y transformación social*, pp. 90-98.

Rosas, A., (2012) "Públicos de cine en México". *Alteridades*. Vol. 22, Núm. 44, pp. 41-58.

Rosas, A., (2013) "Reactivación de la exhibición sin diversidad. Películas y públicos mexicanos al cambio del siglo". Ponencia durante el *XXXI Congreso Internacional de la Latin American Studies Association, EU, 01 junio 2013*.

Rosas, A., (2015) "Públicos de cine". *Estudios de Comunicación y Política*, Num. 36, pp. 7-10.

Sánchez, E., (2004) "El empequeñecido cine latinoamericano y la integración audiovisual... ¿Panamericana?: ¿Fatalidad de mercado o alternativa política?". *Comunicación y Sociedad*. Núm. 2, pp. 9-36.

Secretaría de Turismo (s/a) "Barrios mágicos y turísticos de la Ciudad de México. Coyoacán donde se vive la magia de la tradición". Ciudad de México.

Silva, J. P., (2011) "La época del oro del cine mexicano: la Colonización de un imaginario social". *Culturales*, Vol. VII, Núm. 13, pp. 7-30.

Sontag, S., (2007) "Un siglo de Cine" en Cuestión de énfasis. Buenos Aires. Alfaguara.

Tamayo, C., (2006) "Hacia una arqueología de nuestra imagen: cine y modernidad en Colombia (1900-1960)". *Signo y pensamiento*. Vol. 5, Núm. 48, pp.39-5.

Torres., P., (2006) "La memoria del cine como extensión de la memoria cultural". *Culturales*. Num. 4, pp. 50-79.

UNAM (2015) Cultura UNAM. <http://www.filmoteca.unam.mx/pages/quienes-somos/mision-y-vision>. Consultado en abril 2014.

Sitios web consultados

[Http://www.conacine.org.mx](http://www.conacine.org.mx)

[Http://m.eluniversal.com.mx](http://m.eluniversal.com.mx)

[Http://ww.flick.com](http://ww.flick.com)

[Http://www.imcine.gob.mx](http://www.imcine.gob.mx)

[Http://www.mexicocity.gob.mx](http://www.mexicocity.gob.mx)

[Http://www.profeco.gob.mx](http://www.profeco.gob.mx)

<http://www.vivaelsur.mx>

<http://ivansainzpardo.blogia.com>

<https://marginales.wordpress.com/2012/03/16/traduccion-un-siglo-de-cine-de-susan-sontag/>

<https://www.blogdecine.com/cortometrajes/schneckenraum-el-sueno-del-caracol-de-ivan-sainz-pardo>

CONACULTA. “Encuesta Nacional de hábitos, prácticas y consumo cultural” (CONACULTA. México D.F). http://www.conaculta.gob.mx/encuesta_nacional/, consultado el 19 de octubre de 2013.

Portal de Diálogos de la Comunicación (Revista Académica de la federación latinoamericana de facultades de comunicación social)
<http://www.dialogosfelafacs.net/> (Fecha de consulta 30 de Septiembre de 2013).

Portal del Consumidor (Revista del Consumidor en línea, México D.F.)
<http://revistadelconsumidor.gob.mx> (Fecha de consulta 11 de Septiembre de 2013).

Agradezco a la Universidad Autónoma de la Ciudad de México por el apoyo para la impresión y/o empastado de tesis.