

***Del sujeto a la pantalla; el cine mexicano y
su audiencia en Guadalajara***

**Resumen de proyecto de tesis
doctoral CIESAS 2004**

Patricia Torres San Martín

OBJETIVOS:

- Investigar los procesos de identificación, negociación, resistencia y significación que se dieron entre dos films mexicanos contemporáneos: *Amores perros* e *Y tu mamá también* y varios segmentos de audiencia de Guadalajara, a partir de los estudios de recepción de corte empírico y con una perspectiva de investigación cualitativa.

Objetivos

- Encontrar indicadores de análisis en un marco inteligible teórico donde se fusionen enfoques culturales y de cine, a fin de entender las diferentes lecturas e interpretaciones que se derivan de un texto fílmico y lo que hay detrás de estos discursos.
- Analizar el significado y construcción de sentido de estas propuestas fílmicas nacionales en convergencia con las mediaciones culturales, las comunidades de interpretación, las “nuevas” propuestas del cine nacional, y los nuevos hábitos de consumo del cine que imperan en el contexto social de los segmentos de audiencia.

VERTIENTES DE ESTUDIO DE RECEPCIÓN EMPIRICA

- **1914** Tesis doctoral de la **socióloga alemana Emilie Altenloh**, *Sociología del cine y su audiencia*, estudia la producción fílmica, la distribución, el aparato legal, la audiencia y sus tipificaciones, y las preferencias culturales. Trabaja con estadísticas de las salas de cine, aplica 2,400 cuestionarios en los sindicatos de trabajadores y escuelas de varios tipos en las ciudades de Mannheim y Heidelberg.

Las aportaciones específicas de su estudio fueron sobre composición social y tipología de la audiencia.

REINO UNIDO

1917 el Consejo Nacional Británico de la **Moral Pública** edita un reporte que alertaba sobre el daño psíquico, social, moral y educativo que estaba provocando el cine, especialmente en los adolescentes.

USA

- **1927 /1933** el Instituto *Payne Funds Studies* coordinado por el reverendo William H. Short, director de *Motion Picture Research Council*, y el sociólogo Herbert Blumer de la U. de Chicago publicó los resultados de su estudio enfocado en sustentar que el cine tenía serios efectos en detrimento de la sociedad, el perfil de las audiencias de cine, y el contenido de las películas.

La edición se editó en 1933 en ocho libros *Our movie made children*. Los métodos practicados fueron: análisis cuantitativo de contenido, observación participativa, autobiografías de cine, y participaron 1100 universitarios, 58 obreros y 67 burócratas.

REINO UNIDO

- **1930** *Mass Observation* del Reino Unido coordinó un estudio sobre el sentir de la cotidianidad de la sociedad británica, basado en el trabajo voluntario de la gente de clase media. Las técnicas metodológicas que se utilizaron fueron: entrevistas estructuradas y observación participativa.
- **1946** Jacob Peter Mayer publicó el libro *British Cinema and their audiences*, donde incluyó 60 de las cartas enviadas por la audiencia inglesa sobre sus preferencias cinematográficas a la revista de cine *Picturegoer*.

Birmingham

- **1980** la escuela de **Birmingham** reincorporó de nuevo los estudios de las audiencias bajo el enfoque del **contexto y la etnografía**, en la corriente denominada “estudios culturales”, con tendencias variadas, tales como: las estructuralistas, funcionalistas o críticas, todas interesadas en las relaciones sociales cognitivas entre los sujetos y los textos massmediáticos (David Morley, Stuart Hall),

Academia Anglosajona

- **1994 Jackie Stacey** estudió el impacto que tuvieron las películas estadounidenses de los años 40 en la audiencia femenina. Recurrió a un esquema de análisis con fuentes hemerográficas de la época, cuestionarios y cartas publicadas en las revistas de cine, y testimonios de mujeres que todavía estaban vivas
- **Produce un marco explicativo del lugar que ocupa el espectador femenino mediante un análisis de sus memorias de cine.**
- **2000 Janet Staiger** propone cuatro modelos de recepción que coinciden con las cuatro funciones sociales otorgadas históricamente a los medios; la educacional, de refuerzo, de mediación y de poder.

ACADEMIA MEXICANA

- **1989 Norma Iglesias** trabajó la recepción del film de *Danzón*, 1989, de María Novaro y el discurso de género a partir de experiencias grupales de discusión. Buscaba encontrar las características propias del texto, las etapas del proceso de comunicación y significación y las características identitarias de sus informantes.
- **2000 Héctor Gómez Vargas** trabajó su tesis doctoral en un estudio con mujeres leonesas y sus construcciones personales a partir del consumo cinematográfico. La investigación se centró en la manera cómo ellas han vivido sus experiencias cinematográficas. Utilizó la vertiente de la historia temática.

ANDAMIAJE TEÒRICO

- Estudiar el cine como un producto cultural, a través del cual las imágenes y las representaciones que sobre la sociedad mexicana actual se están haciendo, se convierten en constructos sociales e ideológicos que se van a relacionar directamente con el mundo y la sociedad que están representando.
- Estudiar el proceso de recepción desde la corriente teórica del análisis crítico de la audiencia, misma que busca encontrar una explicación teórica de qué hacen los sujetos sociales (audiencia) frente a una película y cómo la resignifican y le dan un sentido personal y uso social.

1997 Brhun Jensen

Usos y gratificaciones

- Los usos son la amplia gama de relaciones sociales, familiares e individuales que la audiencia establece con los medios de comunicación, y las prácticas serán las formas de acción social que contextualizan los significados. En este sentido los segmentos de audiencias se convierten en intérpretes de significados, sujetos lectores que descifran un grupo de imágenes y de sonidos, y que recupera el sentido de la representación.

1996 David Morley

- Recepción de la Televisión
- El autor va más allá del estudio del mensaje y su audiencia. Le importa entender las formas locales del discurso para leer, recibir o interpretar una propuesta de sentido.
- El contexto y las fronteras culturales y políticas de los sujetos son los elementos claves de su análisis.

1996 Guillermo Orozco

- Estudios de recepción en la televisión
- Análisis crítico de la audiencia
- El proceso de recepción es un proceso muy complejo que no comienza ni termina en el momento de estar en contacto directo físico con un determinado medio, sino comienza antes y termina después

PREGUNTAS

- ¿A través de qué procesos las imágenes fílmicas articulan significados y deseos en sus audiencias?
- ¿Cuál es la fase principal del proceso de recepción en el que se da la interacción entre *film* y audiencia?
- ¿Qué mediaciones culturales intervienen en el proceso de construcción y negociación de un nuevo sentido?
- ¿Cómo construye el *film* a su audiencia, y cómo esta construye o reconstruye el *film*?
- ¿Cómo reconocer si a través de las películas seleccionadas se están filtrando nuevos valores sociales, morales, culturales, y si éstos les son familiares a su audiencia?
- ¿Qué temáticas y relatos está mostrando el Cine Mexicano?
- ¿Qué están reflejando sus propuestas de la nueva sociedad mexicana?

MODELO DE ANALISIS

- I.- Conocer el proceso de recepción *in situ* y registrar el actual perfil de la audiencia tapatía a partir de categorías referenciales (edad, género, escolaridad, sector social), hábitos de consumo, gustos y preferencias cinematográficas.
- II.- Identificar los usos sociales del cine, la gratificación, dónde se da el proceso de recepción, cuáles son las comunidades de interpretación que inciden en este proceso de recepción, el impacto de los relatos fílmicos, las evocaciones y narrativas orales de la audiencia.
- III.- Identificar el proceso de identificación, negociación, resistencia en el marco de la producción discursiva de los sujetos – audiencia.

ARTIFICIOS METODOLOGICOS

- I.- Encuestas orales a la salida del cine, cuestionarios orales individuales en diferentes sectores sociales de la ciudad (260 encuestados) con cinco preguntas cerradas y cuatro abiertas.
- II.- Entrevistas a profundidad a partir de un primer análisis del artificio anterior, y de una selección de los 260 participantes (40 entrevistas). Esta segunda etapa de investigación determinó la segunda propuesta fílmica de análisis.
- III.- Construcción de tres grupos de discusión a partir de la muestra de entrevistados y el detonante de análisis fue la película *Y tu mamá también*
- IV.- Observación participativa a la entrada de las salas de cine de los principales complejos de la ciudad, para levantar identificadores de cómo decide la audiencia qué película ver.
- V.- Registro del comportamiento del cine nacional en la cartelera, durante los cuatro años de trabajo de campo.

CASOS DE ESTUDIO

- *Amores perros* presenta la descomposición social, moral y política, ofrece una construcción devastadora de la ciudad de México y maneja un sistema de valores morales basados en la doble moral; el sufrimiento y la redención de los protagonistas principales.
- *¡Y tu mamá también!* en su relato representa el entorno social y cultural de la juventud mexicana de los estratos sociales medios y medios altos, en el marco de un contexto viciado y corrupto social y políticamente hablando. Articula en su narrativa un discurso crítico del México moderno, e impone la mirada del otro, como la visión desde fuera que vendrá a fortalecer la liberación sexual de los dos protagonistas.

CONSTANTES

- Temáticamente hablando ambos films narran historias ligadas a problemas sociales que atañen a un sector mayoritario del sector juvenil en México: desempleo, rezago educativo, familias fuera de la estructura tradicional, la crisis de la ideología patriarcal, y la crisis del tejido social mexicano contemporáneo.
- Construcciones dramáticas apegadas a las tradiciones fílmicas de nuestra cinematografía, pero reactivadas a partir de nuevas estilísticas y lenguajes híbridos.
- Producciones apoyadas por varios capitales, fortalecidas con poderosas campañas mercadotécnicas, actores nuevos y nueva conceptualización de mercado y distribución internacional.

APORTES DE UN ENFOQUE INTERDISCIPLINARIO

- La interacción que se hizo del material empírico con las unidades temáticas y posiciones identitarias de los segmentos de audiencia, fue una ventana para poder reconocer sí los modelos de sociedad que el cine mexicano está representando mediante sus relatos y premisas dramáticas, han tenido una repercusión de orden colectivo y social, o en su caso porqué no.
- Estudiar la muestra de sujetos participantes mediante un modelo estratégico múltiple me permitió, construir a los sujetos – participantes en una audiencia, y poder entonces desprender sus diversas fragmentaciones y sus posibles recomposiciones.

APORTE

- El modelo de los tres niveles de análisis que manejé (proceso de recepción – interacción, usos sociales y gratificaciones y proceso de identificación, negociación y resistencia) funcionó para entender la dimensión social que tiene el cine; su capacidad de operar como dispositivo de representación social y su gran potencial para construir identidades colectivas e individuales.

Resultados

- Los nuevos cánones temáticos y estéticos, ligados a un lenguaje de lenguajes híbridos audiovisuales que ha venido manejando el cine nacional contemporáneo, han recuperado un público y están construyendo un perfil de audiencia mayoritaria de jóvenes.
- Se dieron resistencias por parte de los miembros de la audiencia participante, debido a los modelos de sociedad que presentan esquemas, o demasiado maniqueistas, o fuera de los contextos reales que vive la juventud mexicana. Y que en el mejor de los casos, solamente están modificando los escenarios y los valores morales de antaño.

Composiciones de tipologías de audiencia

- Los jóvenes de 18 a 22 años con escolaridad preparatoria, de estratos medio bajo y medio, prefieren ver cine en las salas de cine, rechazan el cine *hollywoodense*, y el cine mexicano actual les parece muy comercial y anquilosado en temas y fórmulas genéricas. Lo que si le reconocieron al cine nacional es que el tema del sexo dejó de ser tema tabú.
- Los jóvenes de 24 a 30 años, con nivel de escolaridad hasta licenciatura, y de estratos medio y medio alto, no les gusta el cine *hollywoodense*, encuentran que el cine mexicano contemporáneo está haciendo buenas propuestas en materia artística, es decir en narrativa y estilística, pero no en los temas ni en los modelos que se manejan para exponer sus relatos.

Tipología de audiencia

- Los adultos de 30 a 45 años con nivel de escolaridad hasta secundaria, de estrato social bajo, prefieren rentar películas en video, les parece muy costoso ir al cine y sus películas favoritas son las *hollywoodenses*, especialmente aquellas de acción y violencia, o bien las mexicanas de los años cuarenta y cincuenta.

Indicadores de análisis

- *Amores Perros* e *Y tú mamá también* marcaron un precedente en el imaginario colectivo de la sociedad mexicana contemporánea y son referentes fílmicos obligados para entender los vínculos del cine y la sociedad, pero para la audiencia tapatía no se convirtieron en formas estandarizadas de ver y entender el mundo.
- La manera en que la producción discursiva se construyó fue muy interesante, y difirió no necesariamente por la edad o las generaciones, sino más bien por cuestiones sociales – educativas, lo cual me permitió detectar la capacidad argumentativa, las posiciones identitarias e ideológicas, así como priorizar los discursos locales individuales por encima de los globales, para interpretar los *films* estudiados.

Nuevas vetas de investigación

- A pesar de las diferencias sociales, generacionales y de educación, aquellas imágenes que fueron concebidas para ilustrar y representar un sentir individual y colectivo social, se revirtieron en fuertes cargas emocionales que fueron más allá de una memoria topográfica y temporal. Ya no podemos discutir la memoria personal, generacional o pública sin contemplar la enorme injerencia de los referentes mediáticos como vehículos de toda forma de memoria.