

Públicos de cine en México*

ANA ROSAS MANTECÓN**

Abstract

CINEMA AUDIENCES IN MEXICO. *This paper reviews the research on cinema audiences and theaters in Mexico, exploring the differences amongst the audiences in terms of gender, social background, regions or their relationship with national and foreign films. The analysis arises in the context of the restructuring of the audiovisual market and of the cultural habits, considering that the movies are not only screened in theaters, neither the audiences relate exclusively with one media. It is examined also the impact of the audience research on the design and evaluation of the cultural policies.*

Key words: *cultural consumption, cultural policies, cinema audiences, theaters, gender, audience research*

Resumen

Se hace un recorrido por los estudios de públicos de cine y espacios de exhibición en México y se explora la distinción de los espectadores por género, sector social, región o por su relación con las películas nacionales y extranjeras. El análisis se plantea en el marco de la reestructuración del mercado audiovisual y de los hábitos de consumo cultural, que considera que ni las películas se restringen a su ámbito tradicional de proyección –las salas– ni las audiencias se diferencian por el uso exclusivo de un medio. Se examina también el impacto de los estudios de públicos sobre el diseño y la evaluación de las políticas culturales.

Palabras clave: *consumo cultural, políticas culturales, públicos de cine, salas de exhibición, género, estudios de público*

La investigación sobre cine en México se ha expandido y ha hecho que la cinematografía nacional se convirtiera en “una de las más estudiadas de todo el mundo”. La reticencia de los historiadores anteriores a la Época de Oro del cine mexicano, que desdeñaron los diversos fenómenos fílmicos nacionales, empezó a cambiar lentamente durante los años de auge industrial, cuando iniciaron los primeros trabajos de mayor seriedad. Un segundo impulso a las indagaciones provino de la formación del grupo Nuevo Cine en los años sesenta, que detonó líneas alternativas de estudio con rigor historiográfico y análisis críticos; se promovieron entonces revistas independientes, filmotecas, escuelas y colecciones de libros acogidas por la editorial Era y por la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) (de la Vega Alfaro y Sánchez Ruiz, 1994: 12-13, 16 y 22; Miquel, 2001: 402-403).

En la actualidad abundan los estudios interesados en actores, actrices, directores, escritores, músicos, camarógrafos, el conjunto de la industria cinematográfica, filmografías –géneros, temáticas, enfoques–, bibliografías,

* Artículo recibido el 15 de noviembre de 2011 y aceptado el 15 de octubre de 2012.

** Profesora-investigadora del Departamento de Antropología de la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Iztapalapa. Av. San Rafael Atlixco núm. 186, col. Vicentina, delegación Iztapalapa, 09340, México, D. F. <anarosasm@hotmail.com> <arosasmantecon@gmail.com>.

diccionarios, carteleras, crítica cinematográfica, crónica periodística, fotos, carteles, historias generales y de periodos específicos, historias regionales, la divulgación y la enseñanza, etcétera. En un balance bibliográfico de la obra producida en las décadas de los ochenta y los noventa, Ángel Miquel concluía que “la historiografía del cine mexicano goza de buena salud. Tanto para el período mudo como para el sonoro, tiene trazadas las líneas que nos permitirán en poco tiempo tener cubierto por completo y en detalle el panorama de la producción y del contexto global de la industria” (Miquel, 1998: 30-31). Aunque la calidad y la profundidad son variables, encontramos “muchas obras sólidas y confiables”. Además, la historia basada en libros y artículos comienza a expandirse hacia la televisión y los CD-ROM, y no tardará mucho en llegar a internet.

No se detecta un entusiasmo similar dentro del campo de la comunicación, donde los estudios de cine son minoritarios respecto de los de otros medios, como la televisión, la prensa y las nuevas tecnologías. Raúl Fuentes Navarro y Enrique Sánchez Ruiz han presentado desde 1987 un trabajo de sistematización de la producción bibliográfica en el campo de la comunicación en México. De 1956 a 1986 las investigaciones sobre los medios se concentraron 12.3% en la televisión y otro tanto en la prensa, mientras que sólo 4% lo hizo en el cine (de éstos, la mayoría son históricos y sólo dos se dedicaron a los espectadores). De 1986 a 1994 el porcentaje de trabajos sobre cine creció hasta 6.6% (27.6% para la televisión y 7.8% para la prensa) y, de éstos, seis correspondieron a públicos. Fuentes Navarro y Sánchez Ruiz señalan además el escaso diálogo entre los historiadores del cine, los productores de filmografías, los críticos cinematográficos y los comunicólogos (Fuentes Navarro y Sánchez Ruiz, 1992: 21; Fuentes Navarro, 1996 y 2003).

El público ha sido el gran ausente en los estudios sobre el cine, tanto de los históricos como de los del campo de la comunicación. Los balances bibliográficos al respecto coinciden en que en México no se han realizado sistemáticamente estudios empíricos de los públicos de cine (de la Vega Alfaro, 1984; de la Vega Alfaro y Sánchez Ruiz, 1994; Rosas Mantecón, 1998; Miquel, 1998 y 2001; Gómez Vargas, 2000; Sánchez Ruiz, 2001). Tal afirmación resulta paradójica si reconocemos que dentro de la bibliografía sobre este medio producida en nuestro país los trabajos que dedican alguna atención al consumo cinematográfico—esto es, tanto al público como al contexto en que se relaciona con los filmes— se acercan al medio centenar. El problema es que la mayoría de ellos asocia al cine con el proceso de recepción de manera secundaria. Por otra parte, predomina el ensayo como vía de análisis y di-

vulgación. Buena parte de éstos constituyen acercamientos generales apoyados en fuentes secundarias que no aportan nuevos indicios para abandonar la especulación. Sigue vigente lo que Enrique Sánchez Ruiz apuntaba en los albores del siglo xx: “Lo existente son interesantísimos ensayos de intelectuales y críticos como Carlos Monsiváis o Emilio García Riera, mismos que aportan interpretaciones importantes de aspectos del cine mexicano pero que, sin embargo, no son propiamente estudios sobre los públicos y los procesos de recepción de la comunicación filmica” (Sánchez Ruiz, 2001: 47).

Otro tipo de trabajo, no muy generalizado en México, es la reflexión teórica sobre el espectador, que aunque arroja ideas e hipótesis sugerentes, contribuye poco al conocimiento empírico del espectador real, de carne y hueso, a pesar de su relevancia para reconocer la pluralidad de auditorios, como el ensayo *El cine y su público*, de Emilio García Riera, donde sugiere que los emigrantes a Estados Unidos fueron fundamentales para definir una forma “piloto” de relación entre el cine y su público; en dicho ensayo, García Riera dibuja hipotéticos tipos de espectador y su relación diferenciada con el cine (1974: 10). En el mismo sentido, Lauro Zavala (1994) ha planteado que en la asistencia a las salas de cine se ponen en marcha diversos procesos simbólicos e imaginarios, a la vez íntimos y colectivos. En su aproximación, destaca el reconocimiento de los distintos tipos de espectador y de los contratos simbólicos que establecen con la pantalla.

De esta manera, mientras la mayoría de los textos que hacen alguna referencia al consumo cinematográfico en nuestro país recurren a la revisión bibliográfica y al análisis de películas, sólo una quinta parte realiza búsquedas hemerográficas o de archivo sistemáticas, así como entrevistas—a distribuidores, críticos de cine, directores—. Es aún menor la cantidad de trabajos que consultaron al público, situación comprensible sólo en aquellos que se dedican al periodo anterior a los años cincuenta. No es difícil entrever que el apoyo predominante en el análisis de las películas ha llevado a muchos autores a deducir lo que el auditorio (en singular) deseaba, pensaba, opinaba o gustaba de la oferta cinematográfica. Esta preeminencia de la perspectiva ensayística y teórica en los trabajos sobre los públicos no es privativo de nuestro país. Para identificar algunas tendencias que se están discutiendo en la actualidad, Héctor Gómez Vargas hizo una revisión de los índices de revistas especializadas en cine editadas en Estados Unidos, Inglaterra y Canadá en la década de los noventa. Encontró que más allá de la amplísima gama de temas que se tratan

(de género, multiculturalidad, cultura popular, industria cultural y globalización, historia y cine nacionales, crítica cinematográfica, cultura política, ciudadanía y movimientos sociales, principalmente), es claro el “énfasis y predominio de los análisis textuales, construcciones analíticas deducibles del discurso de los medios, aunque ricos en referencias al contexto social e histórico” (Gómez Vargas, 2000: 35-43), una reflexión teórica soberbia, pero que por lo general evita la exploración empírica que podría nutrir la teoría.

Si bien los trabajos que analizan expresamente los lugares de exhibición y los públicos resultan aún minoritarios y no han tenido continuidad en su realización, los que se enfocan en los públicos de cine en México no parten de cero: se han generado valiosas recopilaciones especializadas de información hemerográfica, formulado una serie de hipótesis, puesto en práctica diversas técnicas de investigación y recurrido a fuentes de información que resultan de gran utilidad. Los espectadores han sido estudiados mediante procedimientos metodológicos cuantitativos y cualitativos: encuestas, observación etnográfica, entrevistas, grupos focales, historias de vida individuales y de familia, así como de manera un tanto indirecta, por medio de análisis de crónicas periodísticas y entrevistas a los exhibidores y demás trabajadores relacionados con las salas de cine. En los últimos años se han llevado a cabo nuevas investigaciones que, aunque siguen siendo escasas, nos muestran la amplitud de enfoques y campos que se están explorando –estudios de género, así como regionales, nacionales y transnacionales, perspectivas integrales de la industria cinematográfica, etcétera. Las temáticas observadas se dividen fundamentalmente en tres vertientes: los procesos de recepción y la influencia del cine sobre su entorno, la caracterización de sus públicos y el desarrollo de las salas cinematográficas.

Influencia del cine sobre la sociedad

El margen de influencia que se le ha atribuido al cine sobre el mundo que lo rodea es muy amplio, pero en la bibliografía que revisamos podemos reconocer que los diversos planteamientos se mueven entre dos extremos: aquellos que le confieren un poder vertical ilimitado sobre los públicos y aquellos que reconocen cierta autonomía y margen de negociación a los consumidores. En el primer extremo se puede ubicar el trabajo de Raúl Martínez Merling y Francisco Gómez-Jara, para quienes:

la tarea central del Poder frente al crecimiento irracional de las ciudades no es el de dotarlas de servicios sino el de cómo controlar a sus habitantes. El cine urbano ha cumplido su parte: hacer que la gente se alcoholice, comercialice el sexo, su conciencia y su sensibilidad estética. Ha reasumido la violencia urbana como algo natural, para introyectarla entre sus pobladores y hacer que acepten y hagan propio el modelo impuesto, comportándose en forma agresiva y autodestructora (1988: 255-256).

Similar apreciación manifiesta de la Vega Alfaro cuando afirma que el cine ha servido como vehículo de reproducción ideológica de los patrones sociales y familiares que rigen a la sociedad capitalista contemporánea (1984: 54). En el otro extremo de las hipótesis se encuentran algunas posiciones expresamente críticas de la perspectiva de la pantalla como un instrumento autoritario que condiciona a la sociedad, las cuales encuentran que el cine ha desempeñado diversos papeles: *a)* conformador de la identidad nacional; *b)* socializador informal, medio de concientización y de educación masiva, y *c)* instrumento de modernización, agente secularizador.

Conformador de la identidad nacional

Existe un grupo de trabajos que no se especializan en el ámbito cinematográfico pero que lo analizan respecto de otros medios, lo cual nos puede ayudar a matizar muchas de las repercusiones sobre la sociedad de esas décadas, que se han atribuido exclusivamente a las películas. El estudio de Pablo Arredondo y Enrique Sánchez Ruiz repasa la asociación entre el poder y los medios (prensa, cine, radio y televisión). Si bien parte de la información que utilizan es provista por los multicitados Emilio García Riera y Aurelio de los Reyes, la particular forma de organizarla e interpretarla, así como el recurso a datos de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (Unesco) y de diversos organismos oficiales nacionales, abre polémica a otras dimensiones de la problemática y le otorgan actualidad. Los trabajos de Carlos Monsiváis interrelacionan el cine (y otros medios) con la construcción de la cultura nacional y la popular urbana, y brindan legitimidad a una temática que durante años se había considerado intrascendente (Monsiváis, 1976, 1981, 1982 y 1987). Con agudeza y sensibilidad, Monsiváis planteó problemas y sugirió hipótesis que, aunque en ocasiones han sido rebatidas por otros investigadores, son siempre un impulso para la renovación de los estudios culturales. Para este autor, el autorreconocimiento

del espectador en el cine no es pasivo en lo absoluto; para un pueblo que venía de la Revolución eso significaba apaciguarse, resignarse y “encumbrarse secretamente”. Las películas pusieron en juego diferentes dispositivos en la constitución de la cultura nacional, destacando la *teatralización*: “crear un país es teatralizarlo”; esto es, el cine como puesta en escena y legitimación de gestos, peculiaridades lingüísticas y paradigmas sentimentales propios. Es el cine que enseña al pueblo a “ser mexicano” (1976: 1519).

Roger Bartra, Ricardo Pérez Montfort y Jesús Martín-Barbero también han estudiado los usos de la imagen cinematográfica en la construcción de la cultura nacional. En la obra del primero (quien analiza un periodo más amplio, aunque respecto al cine sus referencias se remiten a la Época de Oro) también podemos encontrar pistas sobre el carácter teatralizado de la construcción de la cultura nacional, la cual

...se constituye en el escenario en el que se desarrolla un drama contradictorio: los grandes actores de la lucha de clases aparecen en él bajo una nueva forma: desposeídos de sus elementos contradictorios surgen como personajes domesticados que juegan todos el mismo juego: el juego de la unidad nacional [...] Pero al mismo tiempo el simulacro se vuelve realidad: es efectivamente en este territorio ilusoriamente mediador en donde se gestan las formas de cultura específicamente mexicanas [Bartra, 1986: 322 y 324].

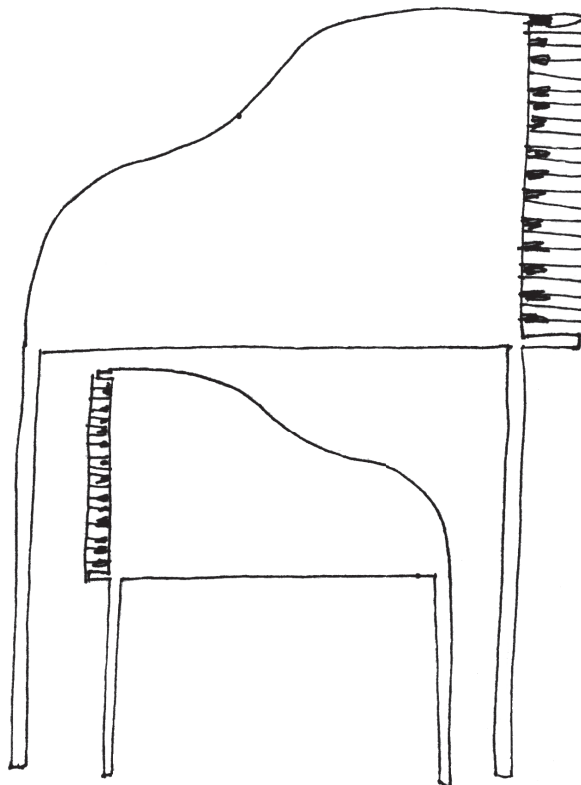
Al respecto, Ricardo Pérez Montfort ha apuntado que desde sus inicios el cine forjó esa imagen del México rural que sirvió para criticar la actitud reformadora del régimen cardenista, pero que fue utilizada por el grupo gobernante como signo de identidad nacional. Los buscadores de la “mexicanidad” habían encontrado en aquel cuadro la reivindicación del México rural estático y jerarquizado, pero que al mismo tiempo servía como signo de nacionalismo para un régimen que pretendía imponerse y legitimarse como el intérprete de la voluntad popular (Pérez Montfort, 1994: 123 y ss.).

Por último, Jesús Martín-Barbero ha reflexionado ampliamente sobre el papel de los medios de comunicación en la consolidación de los Estados-nación y en los procesos de irrupción e incorporación política de las masas en América Latina.

El papel decisivo que los medios juegan en ese período residió en su capacidad de hacerse voceros de la interpelación que desde el populismo convertía a las masas en pueblo y al pueblo en Nación. Interpelación que venía del Estado pero que sólo fue eficaz en la medida en que las

masas reconocieron en ella algunas de sus demandas más básicas y la presencia de sus modos de expresión [...] El cine en algunos países y la radio en casi todos proporcionaron a las gentes de las diferentes regiones y provincias una primera vivencia cotidiana de la Nación [Martín-Barbero, 1987: 172-173].

Así, una dimensión clave de la masificación fue transmutar la idea política de nación en vivencia, sentimiento y cotidianidad. Desde esta perspectiva, el encuentro del público mayoritario con el cine no se da sólo entre dos elementos (el espectador y la película), sino que a través de aquél las masas se reflejan a sí mismas, establecen contacto entre ellas y con la nación. “Más allá de lo reaccionario de los contenidos y de los esquematismos de forma, el cine va a conectar con el hambre de las masas por hacerse visibles socialmente [...] Pues al cine la gente va a verse, en una secuencia de imágenes que más que argumentos le entrega gestos, rostros, modos de hablar y caminar, paisajes, colores. Y al permitir al pueblo verse, lo nacionaliza” (Martín-Barbero, 1987: 178 y 181). Y el proceso sigue vigente. En lo que respecta a la contribución de la pantalla a la formación de la identidad de la zona norte del país, Norma Iglesias Prieto (1994) asegura que el cine fronterizo ha impactado tanto a la industria cinematográfica como a la caracterización de la frontera norte de nuestro país.



No sólo las películas han resultado fuertes constructoras de identidades. También la práctica misma de ir al cine lo es. Diversos autores han llamado la atención sobre la importancia de la dimensión barrial de algunos cines para la identidad urbana, así como el papel que cumplía la visita a las salas como rito diario o dominical (Monsiváis, 1976 y Tuñón, 1998). Dicha dimensión ritual ha sido destacada también por Iglesias Prieto en su trabajo sobre el público de cine fronterizo en Baja California y en el sur de Estados Unidos (1992). Las películas mexicanas que se proyectaban en pequeñas salas de la frontera constituían uno de los pocos espectáculos públicos accesibles, una fuente de contacto con su cultura y un espacio de convivencia con otros migrantes. La asistencia al cine era “un intenso acto público y privado”, esto es, el goce de un evento lúdico de convivencia y al mismo tiempo la experiencia íntima de recreación de las dificultades de migrar que mostraban las películas, por lo que la proyección se convertía en una “ceremonia social de diversión y apoyo” (Iglesias Prieto, 1992: 83-85).

*Socializador informal,
medio de concientización
y de educación masiva*

Carlos Monsiváis y Julia Tuñón han evidenciado el papel socializador del cine—cumplido también, aunque en menor medida, por la radio a mediados del siglo xx en la Ciudad de México— ante los nuevos pobladores que requerían adecuar sus formas rurales de vida a la urbe. Monsiváis escribió que: “Con mayores o menores contradicciones, el cine proporcionó modelos sociales y psicológicos, a través de selectos ídolos convertidos en arquetipos, a las masas de inmigrantes que arribaban a la Ciudad de México ávidas de orientaciones convincentes para el desempeño de su naciente vida citadina y de mitos que representarían y darían sentido a la colectividad” (1990: 36). Julia Tuñón matizó algunas de las propuestas interpretativas de Monsiváis y aseguró que la relación cine-público fue mucho más compleja que la de enseñanza-aprendizaje: en múltiples aspectos, las imágenes fílmicas iban por un lado y la realidad por otro. Tal fue el caso, por ejemplo, de la creciente participación femenina en el trabajo asalariado, producto de la situación de crecimiento económico. En el discurso fílmico se planteaba que el trabajo remunerado no ofrecía a la mujer ni seguridad ni felicidad, sino que sólo implicaba una carga doble, la pérdida del logro femenino del amor, hostigamiento sexual y escasa sobrevivencia. “Se

transmite un ‘deber ser’ que no es coherente con la práctica social y que es imposible de realizar. Podemos suponer que las mujeres que en esos años incrementaban su participación en el mundo de lo público no se identificaban con la imagen en la pantalla, pero ¿por qué entonces asistían a la sala? ¿Qué esperaba la sirvienta, la empleada, al apagarse las luces?” (Tuñón, 1989: 11). Implícitamente se mostraba la realidad de su incorporación al trabajo y, por otra parte, la imagen ideologizada le ofrecía una serie de recursos que quizá deseaba. Aunque el trabajo les ofrecía la posibilidad de mantenerse económicamente, “la imagen devaluaba esos valores reproduciendo deformadamente situaciones reales y concretas. Se aludía a un problema real para ofrecer una solución tramposa en un mensaje que no las preparaba para el nuevo rol social” (Tuñón, 1989: 11). Por ello considera conveniente dudar de la omnipotencia del cine sobre la sociedad; hay más bien una interrelación entre múltiples y aun contradictorios mensajes asimilados de diversas maneras por públicos también contradictorios. Y concluye: existe una tensión entre los elementos que uniforman y los que diferencian a las audiencias. El cine mexicano se construye entre la necesidad de uniformar y la de distinguir los sueños, fantasías y realidades de sus múltiples públicos (Tuñón, 1993: 118-119, 188-189 y 624).

Para Norma Iglesias Prieto el cine no sólo es una fábrica de sueños, sino también un inculcador de estilos y formas de vida. La potencia de su impacto proviene de lo supuestamente inofensivo del cine como ficción y de la estrecha e íntima relación que ha mantenido con los receptores. Su fuerza como fenómeno social se evidencia o se consagra a través de la recepción. Además de las propias características identitarias del sujeto receptor, la recepción del cine está mediada por una amplia gama de variables, factores, instituciones, situaciones y disposiciones, tanto de índole individual como social. “La dimensión cognoscitiva no es meramente racional, incluye tanto la transmisión de información como la generación de creencias y su valoración emotiva, afectiva y valorativa por parte del sujeto, por ello el cine se ha convertido en un importante educador informal” (Iglesias Prieto, 1992: 93).

*Instrumento de modernización,
agente secularizador*

Para Carlos Monsiváis, en la cultura urbana el cine es instrumento innegable de modernización, parcial y restrictiva. Si bien “el examen de esta cinematografía

nos familiariza –de un modo u otro– con los procedimientos de la ideología dominante que han moldeado la cultura popular y han ofrecido a la vez una interpretación del mundo y un catálogo de conductas ‘socialmente adecuadas’” (Monsiváis, 1976: 1507-1508), también nos demuestra que, a pesar de todo, en una etapa esa cultura popular manipulada, “supo describir enriquecedoramente la realidad” con un doble filo: reiterando devociones e imponiendo modernizaciones. “Sin el mensaje explícito, el cine no podría entrar en los hogares; sin la subversión visible no hubiese arraigado en un público tan ávido y reprimido [...] la sensualidad de las prostitutas trasciende cualquier incitación a la monogamia, y la novedad de lenguaje y costumbres se imponen también en barriadas y pequeñas ciudades pese al mensaje inmovilista” (Monsiváis, 1987: 129-130).

En este sentido se manifiesta Alejandro Rozado, quien considera que durante los años cuarenta el cine absorbió la tensión entre las formas de vida tradicional y moderna en la cultura mexicana y reelaboró esa tensión, aportando su parte visual-dramática a la cosmogonía colectiva que dio cuerpo y sustento a la sociedad ulterior. Para este autor, la cultura cinematográfica ocupó en algunos casos el lugar que el discurso religioso había dominado en épocas anteriores, participando en la edificación de la sociedad de masas y alimentando diversas necesidades sociales; no reflejó la realidad, la representó: le dio otra dimensión. Al construir el universo valorativo tradicional de la cultura de masas, ese cine prolongó los afanes de una tradición cultural vuelta siempre hacia sí misma y la concluyó. La sociedad se pertrechó así de un sólido y variado arsenal ideológico y moral que la aseguró del naufragio (Rozado, 1991 : 20-21).

Aurelio de los Reyes ha examinado la recepción del cine entre la población y algunas influencias sobre la sociedad de la época que lo iba produciendo. Sus investigaciones se encuentran fuertemente apoyadas en la revisión hemerográfica y bibliográfica, tanto nacional como extranjera. Con base en lo anterior, ha cuestionado la validez del método y las fuentes de autores como Emilio García Riera, Luis Reyes de la Maza o Francisco Ignacio Taibo, quienes en ocasiones han difundido datos cuya veracidad considera dudosa. Su obra se centra en las décadas anteriores a la Época de Oro del cine mexicano y se extiende también al campo gráfico relacionado con el cine (fotografías, grabados, publicidad, etcétera). Juzga al cine como un fenómeno que incide en los comportamientos sociales y a la vez se nutre de ellos: se constituyó en un agente de cambio de la mentalidad y de los patrones de

conducta, produciendo una serie de desajustes sociales dramáticos sobre la actitud frente a la vida, las relaciones personales, el arreglo personal; propició la disminución de la criminalidad, el alcoholismo y el suicidio. Por otra parte, el cine estimuló la vida nocturna de la ciudad. Aunque asegura que el público consumidor “no es pasivo, ve, aprende y aplica lo aprendido en el cine”, hay un cierto aire de completa receptividad en su concepción del auditorio (1993: 299 y 278).

Los públicos

Uno de los principales escollos para la realización de estudios de público ha sido la carencia de fuentes de primera mano. Conscientes de ello, un conjunto de investigadores se ha dedicado concienzudamente a desempolvar periódicos, revistas, documentos y mapas en las hemerotecas y oficinas para facilitar el acceso público a dicha información, con sus compilaciones y estudios introductorios. Esta tarea ha sido relevante también para explorar lo que vieron los primeros espectadores. La historiografía de esa etapa ha tenido que basarse sobre todo en fuentes hemerográficas, pues se han perdido la mayoría de las primeras “vistas” y más de 90 de los aproximadamente 100 largometrajes de ficción filmados en México entre 1917 y 1929, y también muchos de los documentales. Son ilustrativos de estos esfuerzos las crónicas de Reyes, Guzmán y de Onís publicadas por la UNAM (1963) y los textos de Reyes de la Maza (1973), Garrido (1997), Dávalos y Vázquez (1985), González Casanova (1989, 1992 y 1995), Leal, Barraza y Jablonska (1993), y Leal, Barraza y Flores (1994). Especial relevancia para el conocimiento de los primeros públicos de cine tiene la sugerente investigación documental de Ángel Miquel titulada *Los exaltados. Antología de escritos sobre cine en periódicos y revistas de la Ciudad de México 1896-1929* (1992b), la cual permite observar el cine más por sus aspectos sociales que estéticos, a la luz del análisis del material documental recopilado (sobre las proyecciones, los salones cinematográficos y sus públicos), y atisbar los efectos del cine sobre su audiencia y los cronistas de la época.

Entre las principales dificultades de los estudios sobre la problemática de los públicos de cine en México está el escaso reconocimiento de la pluralidad de auditorios, así como de la evolución histórica de su relación con la pantalla. Incluso rigurosos historiadores como Aurelio de los Reyes evidencian dificultades para dejar de generalizar lo que podría haber

sido característico de un espectro del auditorio, el conjunto de espectadores del cine.¹ Esto tiene que ver no sólo con una concepción homogeneizadora del “público” (en singular), sino también en muchos casos con la falta de información disponible. De Carlos Bonfil destacan dos textos: *Cantinflas. Águila o sol* (1993), dedicado a la figura del célebre cómico, en el que contextualiza su éxito y declinación con referencias muy sugerentes al conjunto de diversiones populares de la época, y *A través del espejo. El cine mexicano y su público* (Bonfil y Monsiváis, 1994), donde trata problemáticas poco exploradas por los historiadores del cine, como la relación diferenciada con las películas según el origen social, las implicaciones democratizadoras del esparcimiento urbano, la relación del cine con las carpas y el folletín, etcétera. Esta última publicación, en coautoría con Carlos Monsiváis, anuncia expresamente en su título el tratamiento de la temática de los espectadores de cine de la Época de Oro. No obstante la agudeza de las hipótesis formuladas al respecto, encontramos sintomático que se brinden tan pocas fotografías del público o de salas de cine: sólo seis en un libro con un fuerte discurso fotográfico (una foto cada dos páginas). Lo que ocurre con las fotos sucede con los textos: terminan deduciendo, a partir de la cartelera cinematográfica y de la producción de películas (géneros, temáticas, etcétera), la evolución de los gustos del público. De hecho, se empieza refiriendo a actitudes diferenciadas, pero muy pronto –y esto es muy claro en Bonfil– se pasa a generalizaciones como el “gusto de la época”.

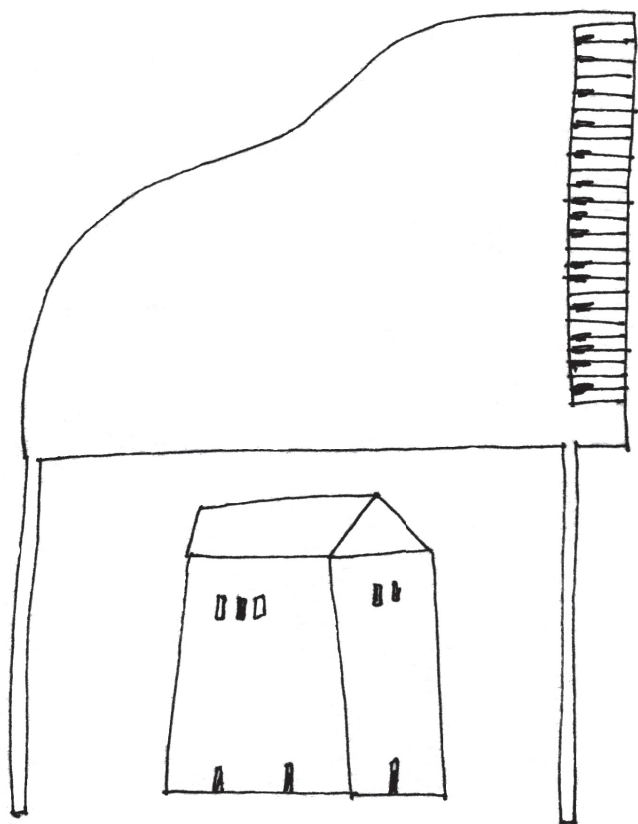
Entre los investigadores hay una creciente preocupación por diversificar nuestra visión de los públicos, explorando la manera en que éstos se distinguen por género, por sector social, por regiones o por su relación con las películas nacionales y extranjeras. Una rica veta de análisis la conforman los estudios que recuperan una perspectiva de género. Tres tesis doctorales (una de las cuales ya está publicada como libro) han abierto camino en nuestro país: la de Iglesias Prieto (1999), realizada en España, examinó la recepción de la película *Danzón*, de María Novaro, a partir de grupos focales masculinos y femeninos de discusión. Por su parte, Héctor Gómez Vargas (2004a) se interesó por las maneras diferenciales en que hombres y mujeres profesionistas de clase media de la ciudad de León, Guanajuato, vivieron sus experiencias con el cine de los años cincuenta a los setenta del siglo xx. Partiendo de que ir al cine es una práctica social más

que individual, dilucidó cómo incide el género en las formas en que los sujetos se relacionan con las películas (géneros, actores y actrices), así como las dimensiones sentimental, cognitiva y afectiva de la experiencia. En “Del sujeto a la pantalla. El cine mexicano y su audiencia en Guadalajara” (2004), Patricia Torres se enfocó en la recepción de género, social y etaria de las películas *¡Y tu mamá también!*, de Alfonso Cuarón, y *Amores perros*, de Alejandro González Iñárritu, recurriendo a toda una gama de recursos de investigación, como encuestas, entrevistas a profundidad, observación participativa, análisis de estadísticas de asistencia y grupos focales de discusión.

Diversos autores se han acercado al fenómeno cinematográfico en su conjunto con una perspectiva histórica y sociocultural. El trabajo más completo es el de Aurelio de los Reyes, en particular sus dos volúmenes de *Cine y sociedad en México 1886-1930* (1981 y 1993), donde analiza la producción, distribución, exhibición y consumo cinematográficos de la ciudad capital, tomando el cine como un lente a través del cual se observa la vida social y política del periodo, y considerando mentalidades, costumbres y la relación del cine con otras ofertas culturales. Sus intereses se extienden a las reacciones de la sociedad capitalina ante el fenómeno cinematográfico y las descripciones sobre lo que acontecía en las salas y en torno a ellas (de los Reyes, 1977, 1980, 1981 y 1993). Juan Felipe Leal, Eduardo Barraza y Carlos A. Flores emprendieron una tarea de dimensiones semejantes a la de Aurelio de los Reyes, con un conjunto de investigaciones que explican el primer cine del país en su contexto histórico y social, mediante un relato que articula aparatos, productores y exhibidores, salas y espectadores, acontecimientos relevantes y obras cinematográficas, comentaristas y críticos. La obra revisa año por año desde 1895 hasta 1911, aunque todavía no se terminan de editar todos los volúmenes. No sólo nos ofrecen un análisis de gran agudeza y profundidad, sino también fotografías y carteles, cuadros sinópticos, planos y mapas, carteleras cinematográficas y filmografías. A su vez, Ángel Miquel analiza la cambiante relación de diversos sectores con el cine (1992a y 1994).

La valoración de las películas mexicanas o estadounidenses por parte de diversos auditorios ha sido estudiada de manera genérica por Emilio García Riera (1985 y 1998), Carlos Martínez Assad (1990), Alejandro Galindo (1968), Hugo Vargas (1991) y Seth Fein (1994). De modo más específico, Paola Costa examinó

¹ Por ejemplo, al asegurar que cuando “‘el público’ percibió que cada nueva película era un ejercicio de aprendizaje se mostró severo y las rechazó” (1993: 253). ¿Todos los espectadores tuvieron esa actitud crítica?



la producción cinematográfica de 1970 a 1976 y su recepción entre diversos públicos; se acercó a éstos de manera indirecta, a través de entrevistas a distribuidores y a directores de películas, y concluyó que fue en el periodo sexenal de Luis Echeverría cuando el público urbano medio volvió a constituirse en el verdadero destinatario del “nuevo cine” de los setenta. Costa cree necesario tomar en cuenta las variaciones en la recepción según las clases sociales, la distribución geográfica de la población y las redes de distribución de películas en la república (Costa, 1988: 139 y 142). Julia Tuñón exploró la construcción de las ideas y modelos femeninos en las películas de la Época de Oro y se interesó en profundizar en la caracterización del ambiente general en que éstas se veían, así como de sus audiencias. Encontró que en los años cuarenta los públicos del cine nacional constituían un abanico que se abría entre los sectores populares y las capas medias urbanas y rurales. Entre ellos existían subgrupos con dinámicas específicas: el habitante de vecindad, por sus atributos culturales y económicos, era casi por definición el espectador “natural” del cine mexicano, pero también lo eran el del pueblo y el de las rancherías, cuyas escasas distracciones eran las exhibiciones filmográficas (Tuñón, 1993: 178).

Iglesias Prieto (2001) amplía nuestra concepción sobre los públicos fronterizos –caracterizados por

Emilio García Riera (1985: 324-325) como “espectadores reprimidos”, ávidos de cine “protopornográfico”; explora cómo la frontera, sus dinámicas y sus públicos han sido utilizados para crear un sistema cinematográfico que ha generado pautas específicas de producción, distribución y exhibición.

A partir de la década de los setenta, la frontera norte es realmente descubierta por los productores y realizadores del cine comercial mexicano como un lugar de historias interesante y fácilmente explotables, como un lugar accesible y barato para la producción, pero sobre todo como un amplio mercado deseoso y necesitado de verse reflejado en la pantalla. Y precisamente son esas imágenes una de las fuentes más importantes de creación y reforzamiento de las identidades sociales de esta zona del país [Iglesias Prieto, 2001: 25].

En la actualidad, su principal mercado siguen siendo los mexicanos –también otros latinos en Estados Unidos– residentes en las ciudades de la frontera norte y toda aquella población del centro y sur del país con aspiraciones de “cruzar al otro lado” (Iglesias Prieto, 2001: 38). Lucila Hinojosa (2004) analiza el lugar de las películas mexicanas en las preferencias y prácticas culturales de los jóvenes de Monterrey, Nuevo León. También en esta ciudad, José Carlos Lozano realizó el estudio “Consumo de cine extranjero en Monterrey” (1997), en el cual coincide en que sabemos muy poco acerca del consumo cinematográfico de las audiencias. Su trabajo mostró que aunque en esta zona en general se ve mucho más cine estadounidense que mexicano, la edad y el nivel educativo manifiestan relaciones importantes con la frecuencia de asistencia y con la nacionalidad preferida de las películas.

Los nuevos espectadores. Cine, televisión y video en México, coordinado por Néstor García Canclini (1994), compendia tres investigaciones: “La historia del cine mexicano mirada desde el fin de siglo”, de García Canclini y María Eugenia Módena, realizada con motivo de la exposición “Re-visión del cine mexicano” en el Palacio de Bellas Artes (1990-1991); “Público y crítica de cine en la Ciudad de México” (de los mismos autores más Ana Rosas Mantecón), se acercó a los públicos de la XXIV Muestra Internacional de Cine, también en la Ciudad de México (1991); y “Cine, televisión y video: los espectadores multimedia”, de Néstor García Canclini, Ana Rosas Mantecón, Déborah Holtz, Enrique Sánchez Ruiz, Ella Fanny Quintal, Guadalupe Reyes y José Manuel Valenzuela, muestra los resultados de la encuesta aplicada entre 1992 y 1993 a públicos de cine, televisión y video en cuatro

ciudades mexicanas (Distrito Federal, Tijuana, Mérida y Guadalajara). Todas las investigaciones fueron auspiciadas por el Instituto Mexicano de Cinematografía (Imcine) y buscaron conocer las características de los espectadores y las maneras en que se relacionan con las producciones nacionales y extranjeras a través de los distintos medios audiovisuales. Se abordaron las repercusiones de la recomposición del mundo audiovisual confrontando las ofertas culturales y sus dispositivos de comunicación con los modos de recepción y apropiación de públicos heterogéneos. Además de las encuestas, se realizaron observaciones de campo y entrevistas: empleando recursos antropológicos y comunicacionales se analizaron gustos y disposiciones diversas, su interrelación con las ofertas de los diferentes medios y las políticas culturales públicas y privadas que han atendido estas áreas.

Los trabajos de historia regional del cine en México han incrementado desde los años noventa, aunque la mayoría de los estados, con excepción de Jalisco y Nuevo León, padecen el desconocimiento y la ignorancia que propicia el centralismo. Ángel Miquel atribuye la pobreza de los análisis regionales a “la inexistencia de una política cultural para formar y apoyar a investigadores que realicen este tipo de estudios, que tienen obviamente un interés más localizado que los libros sobre estrellas o las historias regionales” (2001: 412). Por ello, las zonas más observadas son generalmente las que albergan instituciones y figuras que han sido clave para el impulso de los proyectos, como Enrique Sánchez Ruiz y Emilio García Riera en Jalisco, apoyados por la Universidad de Guadalajara; Jorge González, por la Universidad de Colima y el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (Conaculta); José Carlos Lozano, por el Instituto Tecnológico de Nuevo León, y Néstor García Canclini, en la Ciudad de México, por la Universidad Autónoma Metropolitana (UAM), el Imcine y la Cineteca Nacional, entre otros.

Respecto a las investigaciones sobre públicos en diversas regiones del país –además de las compiladas por García Canclini, las de Iglesias Prieto y las de Gómez Vargas–, resultan ilustrativos de las tendencias actuales los textos de Patricia Torres, Ana María de la O Castellanos, Jorge Briones, Cuitláhuac Martín Gómez, Jorge González y Lucila Hinojosa. *Crónicas tapatías del cine mexicano (1917-1940)*, de Patricia Torres (1992), examina el desarrollo de la exhibición, su impacto en el espacio urbano y la recepción de las películas en el periodismo cinematográfico. Ana María de la O Castellanos (2001) se interesó por el comportamiento de los públicos en las salas y la recepción de películas en poblados de la región de los Altos de Jalisco, con base en testimonios de los actores locales

que participan en la difusión del séptimo arte: boleteras, taquilleras, vendedores de golosinas, acomodadores, veladores, dueños de sala y operadores. Cuitláhuac Martín Gómez (2001), por su parte, registra las crónicas de diversos habitantes de Tenango del Valle sobre lo que significaba asistir a la sala de cine de 1927 a 1989. Jorge González Angulo (1993) se ocupó del consumo de videos en Comala, Colima, y Lucila Hinojosa (2003) exploró la evolución de la oferta y consumo de películas en los cines de Monterrey, Nuevo León, examinando los cambios en los perfiles de los públicos tras la reorganización de la exhibición en los centros comerciales.

No ha sido fácil examinar de manera integral las prácticas de consumo cultural. Aunque la bibliografía se multiplicó en años recientes, por lo general reproduce la compartimentación y desconexión entre las ciencias sociales y entre las prácticas culturales, y se concentran en el área que se analiza, ya sea museos, teatro, ópera, cine, televisión o video, cuando en realidad hay consumidores múltiples. No obstante, se ha intentado desarrollar un enfoque transversal de las prácticas y el estudio de sus posibles articulaciones, tarea a la que nos abocamos Mabel Piccini, Graciela Schmilchuk y yo con *Recepción artística y consumo cultural* (2000), tras el esfuerzo inaugural en este sentido de García Canclini con *El consumo cultural en México* (1993). En este libro, García Canclini y Mabel Piccini hicieron una interpretación de conjunto de una encuesta aplicada en la Ciudad de México sobre prácticas culturales y usos del espacio público. Dicho análisis es continuado y profundizado en “Qué hay para ver: mapas de la oferta y prácticas culturales”, donde el autor (1998) explora las interacciones entre usuarios y ofertas culturales mediáticas y espacialmente ubicadas, con una referencia específica a las salas y a los públicos de cine de la capital. Sabemos que los principales públicos de cine son los jóvenes estudiantes, sin embargo, el conocimiento que se tiene sobre ellos es relativamente escaso. Adrián de Garay (2004) se propuso comprender los perfiles de los alumnos universitarios metropolitanos, con especial atención en sus prácticas culturales. Su análisis se basó en métodos cuantitativos múltiples. Luz María Ortega Villa (2011), en *Cerca y Lejos. Aproximaciones al estudio del consumo de bienes culturales*, investiga de manera integral las prácticas culturales de los sectores populares de Mexicali, Baja California, a través de encuestas y entrevistas. Un pionero en el examen de las dinámicas de las ofertas y consumos culturales fue José E. Iturriaga, quien en *La estructura social y cultural de México* (1951) relacionó la evolución del cine con la de otros espectáculos masivos.

Es imposible pensar que la industria cinematográfica está aislada de las otras ramas del sector audiovisual (incluidas las nuevas tecnologías): ni las películas se restringen a su ámbito tradicional de proyección –las salas–, ni las audiencias se diferencian por el uso exclusivo de un medio, sino que podemos hablar de un público multimedia que, según diferentes condiciones, se inclina por uno u otro, de manera complementaria. Diversos trabajos han examinado la reestructuración del mercado audiovisual y de los hábitos de consumo cultural. Los investigadores que participamos en los trabajos publicados en *Los nuevos espectadores. Cine, televisión y video en México* buscamos analizar las conexiones entre las diversas prácticas culturales y los contextos nacional y regional en los cuales se realizan (García Canclini, 1994). En éste y en otros trabajos, Enrique Sánchez Ruiz (1998a y 1998b) se ha adentrado en el desarrollo de la industria cinematográfica y televisiva mexicana, revisando la producción, distribución y exhibición de cine tanto en las salas como en el video y la televisión, así como el marco de la globalización y nuestra articulación subordinada al mercado mundial audiovisual. Con un enfoque similar, José Carlos Lozano (1997) observó grupos de muchachos de secundarias públicas y privadas de Nuevo Laredo, en particular sus preferencias diferenciales respecto de las ofertas mediáticas (cine, televisión, radio y música) y su relación con la identidad cultural nacional de los jóvenes. Una reflexión sobre los retos metodológicos que plantean las transformaciones ocurridas al otrora cinéfilo tras la llegada de la televisión y posteriormente del video es la que realicé en “Una mirada antropológica al público de cine” (Rosas Mantecón, 1995).

Otros análisis plantean rebasar el marco de los horizontes nacionales. *Situación actual y perspectivas de la industria cinematográfica en México y el extranjero*, coordinado por García Canclini, Sánchez Ruiz y por mí (2006), aborda la proyección de la industria cinematográfica mexicana en el propio territorio, en Estados Unidos, en España y en los países del Mercado Común del Sur (Mercosur). Con ese objetivo se realizaron revisiones documentales, entrevistas y se sistematizó información acerca de las nuevas condiciones en las que se desenvuelve la producción, distribución y consumo cinematográfico, y se efectuó un análisis comparativo del proceso mexicano en relación con sus otros dos socios del Tratado de Libre Comercio –Estados Unidos y Canadá–. Por su parte, Maricruz Castro Ricalde y Robert McKee Irwin, en *El cine mexicano “se impone”. Mercados internacionales y penetración cultural en la época dorada* (2011), exploran el efecto del cine mexicano de la Época de Oro en

México y en países tan diversos como Estados Unidos, Cuba, Argentina, Venezuela, Colombia, España y Serbia. Centrados en la recepción e impacto de la cinematografía en las manifestaciones culturales de una época, relacionan la historia de la producción cinematográfica, el análisis del discurso fílmico, visual y periodístico, la lectura crítica de películas y entrevistas a diferentes protagonistas. *Producción y mercados del cine latinoamericano en la primera década del siglo XXI*, coordinado por Octavio Getino (2011), constituye un aporte excepcional por su perspectiva mundial y multimedial, y porque cubre todas las fases de la industria cinematográfica: investiga producción, distribución y dinámicas de consumo de cine latinoamericano en los mercados de Latinoamérica, de la Unión Europea, de Estados Unidos y de Canadá, en cuanto a las películas proyectadas en pantallas de plata y digitales, televisión, video e internet.

Las salas de cine

Los primeros trabajos que transformaron nuestro desconocimiento sobre los espacios de proyección filmográfica en México se desarrollaron desde finales de los años sesenta. Las cifras de las que se dispone sobre su crecimiento y transformaciones en el nivel nacional durante el siglo XX son imprecisas y están dispersas en trabajos que abordan periodos específicos. *La industria cinematográfica mexicana*, escrita por Federico Heuer (1964), encargado entonces del crédito estatal al cine, resulta de gran utilidad para ubicar el proceso de crisis del cine nacional después de sus años dorados. Además, proporciona información estadística sobre la distribución y la exhibición nacional en los años cincuenta y sesenta, y propone diversas soluciones que resultan ilustrativas de la problemática enfrentada. En el mismo sentido, “La industria cinematográfica mexicana. Estudio jurídico y económico”, de Fernando Macotela Vargas (1968), explora el surgimiento y consolidación de esta industria, así como su posterior crisis. Su revisión de diversas legislaciones brinda una buena guía para su examen a profundidad. Una reflexión más específica, pero igual de relevante, es la de Miguel Contreras en *El libro negro del cine mexicano* (1960), un amplio documento de carácter periodístico que expone los conflictos políticos y económicos de la industria y la exhibición cinematográfica a mediados de siglo.

María Luisa Amador, tanto en la obra conjunta con Jorge Ayala Blanco (s.f.) como en “La exhibición en México 1930-1970” (1977), sistematiza las carteleras y ofrece información sobre la evolución de las salas en

dicho periodo. El estudio de Jorge Elizondo (1991) inspecciona, desde una perspectiva económica y de mercado, la exhibición cinematográfica de los años treinta a los noventa del siglo xx. En *La "apertura" cinematográfica. México 1970-1976* (1988), Paola Costa brinda un somero retrato de la labor de los exhibidores ambulantes que todavía en esos años cubrían la proyección de películas de 16 mm en pueblos y rancherías del país.

En cuanto a la Ciudad de México, Aurelio de los Reyes otorga gran importancia a la evolución de las salas cinematográficas desde la llegada del cine hasta los años cuarenta del siglo xx: condiciones, número, localización, precios, tipos de películas exhibidas, duración de los programas, combinación con otros espectáculos, formas de publicidad, utilización para diversas actividades sociales, sindicales y políticas. Además, ofrece un estudio a profundidad del desarrollo del cine Olimpia (1993: 306-341). El conjunto de publicaciones realizado por Juan Felipe Leal, Eduardo Barraza y Carlos A. Flores (de 2002 en adelante) se interesó también por los exhibidores y por los espacios de proyección en la capital, y concedió gran relevancia al registro no sólo de los salones más céntricos, sino también de los que se fueron dispersando por los barrios y plazuelas en sus primeras décadas de existencia. *Las salas cinematográficas en la Ciudad de México y su área metropolitana* (1978), de la Compañía Operadora de Teatros, describe con gran minuciosidad –a partir de cuadros estadísticos y un mapa– la distribución y características de estos espacios en los años setenta. Incluye una pequeña separata –basada en revisión bibliográfica y en investigación hemerográfica tanto de prensa como de publicaciones periódicas– sobre el desarrollo general de los cines capitalinos de 1896 a 1978.

La imprecisión de las cifras y ubicación de las salas, cuando menos en lo que respecta a las de la Zona Metropolitana de la Ciudad de México desde los años ochenta, se corrigió gracias al trabajo de Cuauhtémoc Ochoa (1998), quien en “Las salas cinematográficas en la Ciudad de México en tiempos de cambio 1982-1997” aborda la crisis de la exhibición tradicional y la expansión del modelo “multiplex”, vinculado a los centros comerciales. Ochoa analiza estos fenómenos en el contexto del desarrollo económico global y su articulación con los cambios de la ciudad, trazando el desarrollo de las salas en el territorio urbano. El trabajo “Cines y ciudad: inclusión, segregación y fragmentación urbana”, escrito en colaboración conmigo, extiende la investigación a sus antecedentes de la Época de Oro y hasta el 2005 (Ochoa y Rosas Mantecón, 2007).

En *Espacios distantes... aún vivos. Las salas cinematográficas de la Ciudad de México*, Francisco Alfaro y Alejandro Ochoa (1997) estudiaron los rasgos funcionales, formales, espaciales y tecnológicos, así como la evolución de la arquitectura de los cines de la capital desde los años veinte hasta los setenta del siglo xx. Expandieron su revisión al resto del país en *La República de los cines* (1998). Su trabajo rebasa ampliamente el campo de la arquitectura, para insertarse en el urbanismo y el análisis social, basados en investigación hemerográfica, documental (planos de los espacios arquitectónicos) y fotográfica muy completa. *Microhistorias del cine en México*, coordinado por Eduardo de la Vega (2001), nos permite conocer la labor de quienes le han seguido la pista a la génesis y desarrollo de las salas cinematográficas en diversos estados de la república.

Esplendor y ocaso de las salas de cine en Sinaloa, de Jorge Briones (1997), es una amena crónica de las salas cinematográficas en Sinaloa que compendia testimonios de exhibidores, empresarios, boleteros, cácaros, taquilleros y espectadores de la mayoría de los municipios sinaloenses. Briones muestra cómo alrededor de los cines nacieron verdaderos centros sociales que cobraban vida antes de cada función y persistían mucho después de concluida. Así floreció en cada lugar un catálogo de personajes indisolublemente ligados a las salas cinematográficas: vendedores, mendigos, enamorados, obsesionados del séptimo arte, entre otros.

La ciudad y la furia. Hacia una cronología sociocultural de León, de Héctor Gómez Vargas (2004a), analiza el vínculo entre la conformación espacial de la ciudad de León y sus ofertas culturales. Constituye una continuación de *Cartografías urbanas y el equipamiento cultural en León* (2001), realizado por el grupo de investigadores que a principios de los años noventa impulsó el proyecto La Formación de Ofertas Culturales y sus Públicos, promovido por la Universidad de Colima. Junto con la cronología se incluye la reflexión que suscitaron las cartografías.

Baja California: ritos y mitos cinematográficos, de Gabriel Trujillo Muñoz (1999), muestra a este estado como productor y consumidor de películas, así como escenario y tema para la realización de las mismas, es decir, como un lugar donde se ha desarrollado la industria cinematográfica con una dinámica propia y con cierta autonomía del centro del país. Relata historias particulares de cines comerciales, cineclubes, festivales, videoclubes y de la crítica cinematográfica. También, se ocupa de sus públicos y promotores, y muestra fotografías, información histórica y estadística de gran interés.

La investigación sobre las nuevas (y las no tan nuevas) ventanas de exhibición está aún en ciernes. La revista mexicana *Cine Toma* realizó dos sugerentes ediciones: una sobre los nuevos modelos de producción, distribución y exhibición en México –cine digital, pantallas inflables, películas para celulares, circuitos alternativos, mercado de la piratería–, y otra sobre los públicos en la era electrónica (*Cine Toma...*, 2010 y 2012).

Sistemas de información y políticas públicas

No obstante la diversidad de vetas que se han explorado y las metodologías puestas en práctica, la investigación de públicos de cine en nuestro país todavía está distante de lo que señala Guillermo Sunkel respecto de la investigación sobre consumo cultural en otros países de América Latina, donde ha adquirido centralidad en la agenda de los estudios culturales y ha pasado a ser un ingrediente esencial en los procesos de producción de la industria cultural (1999: xx). Para empezar, en México todavía es incipiente la realización y el ordenamiento comparativo de las estadísticas culturales. El Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) da una atención secundaria a la información cultural y sus datos son demasiado generales, imprecisos, no siempre confiables y de difícil comparación de un año a otro. Las cifras aisladas de asistencia a cines, museos y bibliotecas registradas por el INEGI resultan con frecuencia rebatidas cuando se consulta directamente a las instituciones, y tampoco pueden agruparse con las restantes del mismo sector (los cines comerciales con los cineclubes, los museos de historia con los de arte, los teatros públicos con los privados) porque no hay criterios unificados de registro que homogeneicen la información reunida por diferentes organismos.

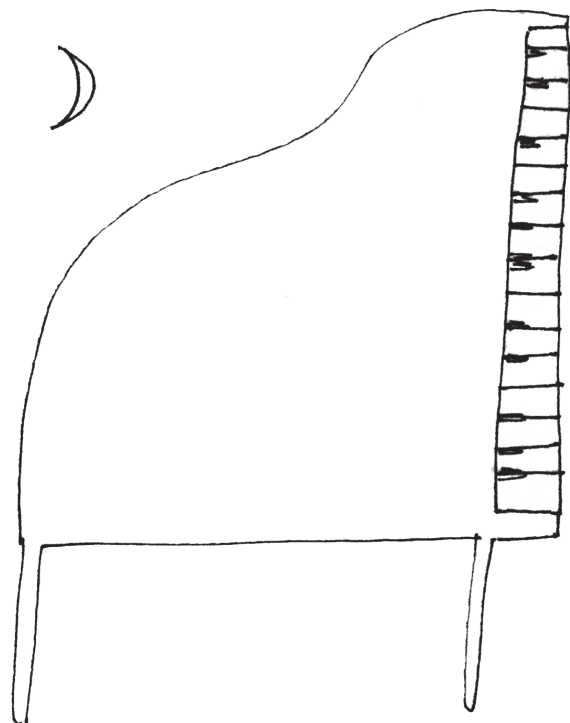
Por otra parte, no existen departamentos de estudios que sistematicen los datos de estos campos, como ocurre en los países donde se valora el cine como sector estratégico de la industria cultural y de la economía nacional, y cuya política pública cinematográfica se sustenta en una poderosa infraestructura informativa. A diferencia de estas naciones, incluso en plena Época de Oro, nuestra industria “funcionaba más bien por ensayo y error, medidos más con la vara de la taquilla” (Tuñón, 1998: 54), sin desarrollar los medios técnicos para predecir el éxito o el fracaso de sus iniciativas. En la actualidad, quienes se encargan de los procesos de toma de decisiones e instrumentación de políticas públicas se apoyan poco en la investigación

empírica, o por lo menos no la dan a conocer. Los datos aislados de la Cámara Nacional de la Industria Cinematográfica (Canacine), del Imcine o los provenientes de esfuerzos titánicos individuales –como los de Víctor Ugalde– por producir y difundir indicadores que permitan revisar esta industria no nos posibilitan forjar los análisis económicos, históricos y prospectivos que necesita para crecer (véase Ugalde y Reygadas, 1994; Ugalde, 1998 y 2004).

Se han llevado a cabo diversos esfuerzos institucionales para generar información sobre las prácticas de consumo cultural, como la investigación pionera sobre los espectadores cinematográficos en diversas ciudades del país que se hizo durante el Salinato (García Canclini, 1994), apoyada por las autoridades culturales y cinematográficas de entonces, pero que no tuvo continuidad. En el nivel nacional destaca la realización de diversas encuestas que, no obstante su riqueza, no facilitan la comparación histórica y geográfica entre ellas porque en la mayoría se han definido universos de análisis distintos. La primera encuesta que se aplicó formó parte del proyecto La Formación de las Ofertas Culturales y sus Públicos, dentro del Sistema Nacional de Información Cultural, que comenzó a operar desde 1990 en el Conaculta, por iniciativa de Guillermo Bonfil y del Seminario de Estudios de la Cultura. Su universo estuvo compuesto por 34 ciudades mayores de 100 mil habitantes en México en 1993, y los resultados se agruparon por regiones: noroeste, noreste, occidente, centro, Ciudad de México y Golfo/sur. Las relaciones entre ofertas y públicos se centraron en ocho áreas: religión, educación, arte y cultura, salud, medios de difusión, alimentación, hábitos de abasto y diversión. *La cultura en México I. Cifras clave* muestra una primera selección de los resultados del estudio y el esbozo de diversas interpretaciones tentativas (González y Chávez, 1996).

La segunda encuesta, sobre el uso de los medios de comunicación, fue realizada por el periódico *Reforma* y se ejecutó anualmente de 1994 a 2004. En varias ocasiones el universo se constituyó por personas mayores de 15 años del Distrito Federal y la zona conurbada. En otra entrega se restringió al Distrito Federal y en unas más se expandió a Guadalajara y Monterrey. Significó una labor excepcional para generar información diacrónica que permitiera analizar las transformaciones en estos campos. Además, su difusión a través de un medio de vasta circulación contribuyó a incorporar la temática a la agenda pública. Desafortunadamente fue cancelada, no obstante su gran acogida entre investigadores y líderes de opinión.

Una tercera encuesta de gran relevancia para el conocimiento de los públicos es la que impulsó en



2001, 2005 y 2010 el Instituto Mexicano de la Juventud. La cobertura de la Encuesta Nacional de Juventud se dio en el nivel nacional y fue aplicada a jóvenes de 12 a 29 años en sus hogares, generalmente viviendas particulares dentro del territorio nacional. Entre los rubros contemplados está trabajo, escuela, familia, sexualidad, cultura política, acceso a la salud y relación con la cultura. Agrupan los resultados por regiones y se pueden consultar en línea.² También realizada a nivel nacional, la Encuesta Nacional de Prácticas y Consumo Culturales (2004 y 2010), promovida por el Conaculta, fue hecha por la UNAM en su primera edición y por Defoe Experts on Social Reporting en la segunda, y ha contribuido a transformar el árido panorama de la información cultural. Ambas abordaron asistencia a recintos culturales (bibliotecas, museos, sitios arqueológicos, casas de cultura, cines, teatros, librerías, etcétera), prácticas de lectura, exposición a medios audiovisuales (radio, televisión, video, música grabada, computadora e internet, etcétera), uso del tiempo libre y prácticas culturales, así como equipamiento cultural doméstico. En la primera edición, los

datos se agruparon por regiones y por las tres principales ciudades del país, pero también es posible separarla por género, edad, nivel de escolaridad, ingresos y ocupación. La segunda edición, un retroceso en términos de todo lo logrado por la primera, ignoró el instrumento original y presentó sólo cuadros preliminares, que no permiten hacer cruces de información, y resultados parciales sin ningún análisis comparativo.

Estas encuestas completaron el trabajo ya avanzado con el *Atlas de infraestructura cultural de México*, publicado en 2003 por el mismo Conaculta, que contempla a las salas de cine como parte de la infraestructura cultural del país, y que las ubica en mapas que muestran salas de cine por estado, por municipio o delegación y por localidad, además del número de habitantes por sala de cine. Además de las encuestas nacionales que la incluyen en sus indagaciones, la Ciudad de México ha sido objeto de otras encuestas sobre consumo cultural, cuya información disponible se remonta a 1989, cuando se aplicó la primera en el Distrito Federal, coordinada por Néstor García Canciani.³ Tres años después, Raúl Nieto y Eduardo Nivón estudiaron las periferias metropolitanas.⁴

En el fondo, la ausencia de investigación sistemática sobre los comportamientos culturales de la población es consecuencia de que el diseño e implementación de las políticas culturales se hayan desenvuelto a lo largo del siglo xx en un contexto antidemocrático que ve como innecesarias las evaluaciones sobre su relación con las necesidades y demandas de los públicos. Salvo contadas excepciones, las instituciones oficiales carecen de diagnósticos que les permitan formular, evaluar y reorientar con claridad sus políticas. Los fondos con los que operan, cada vez más raquíticos luego de varias décadas de recortes neoliberales, les impiden generar estas investigaciones, por lo que dichos diagnósticos sólo serían factibles en el marco de una política interinstitucional concertada.

Los trabajos sobre consumo cultural se han dado fundamentalmente en tres ámbitos: espacios académicos, industrias culturales e instituciones gubernamentales de cultura. Sobresale el desempeño de las universidades y otros centros de investigación que, en ocasiones con recursos provenientes de instituciones culturales gubernamentales y por la incursión esporádica de algunos especialistas, los han llevado a cabo, pero esto ha sido acorde con su propia dinámica, y se han nutrido de las discusiones internacionales,

² <http://www.imjuventud.gob.mx/pagina.php?pag_id=137> [noviembre de 2012].

³ Formó parte de un proyecto regional comparativo sobre consumo cultural (que integró también a Buenos Aires, Santiago de Chile y Sao Paulo). Fue aplicada en 1 500 hogares del Distrito Federal.

⁴ Se aplicó en tres delegaciones del Distrito Federal y 17 municipios conurbados (Nieto, 1998: 236).

los exilios latinoamericanos y del diálogo con las demandas sociales, de ahí que hayan tenido una mayor influencia en el rumbo de las investigaciones sobre audiencias. El rico intercambio y debate entre autores de la región, alimentado de manera relevante por el exilio de varios de ellos en México (Néstor García Canclini, Mabel Piccini, Jesús Martín-Barbero, entre otros), impulsó desde los años ochenta la renovación en universidades mexicanas de las investigaciones sobre audiencias que se habían efectuado en Argentina. Por otra parte, si bien los análisis sobre público han adquirido un vigor inusitado generado por la competencia voraz de las industrias culturales, este impulso no se traduce en un mayor conocimiento público de las evoluciones de las audiencias, ya que los sondeos cuantitativos de mercado de las industrias culturales periodísticas, de radio, cine, video y televisión –que cuentan con sus propios centros de investigación o que recurren con mayor o menor éxito a estudios de mercado– no son divulgados más que ocasionalmente como publicidad de los propios medios. Por lo anterior, a pesar de su efectividad, no son trabajos acumulativos ni de fácil acceso, y no contribuyen a evaluar globalmente las políticas culturales.

Aunque de manera incipiente, el estímulo que han recibido los estudios de públicos ha empezado a transformar el desbalance existente entre los trabajos realizados sobre las ofertas culturales –mayoritarios– y los que revisan específicamente los procesos de recepción. Sin embargo, su consolidación es poco previsible porque subsisten varias de las dificultades que entorpecieron su avance en los años anteriores. Por una parte, no existen espacios académicos dedicados en concreto a la formación de profesionistas en este terreno.⁵ En los centros de investigación especializados en las diversas artes y en los muy pocos que están dispersos en algunas universidades, prácticamente no se cuenta con integrantes que tengan la formación y experiencia adecuadas para realizar este tipo de análisis, cuya naturaleza es en esencia interdisciplinaria: sociología de la cultura, antropología social, semiótica, estética de la recepción, estadística, comunicación, psicología social, etcétera. Aunque aún es escaso el interés por los públicos y falta esta perspectiva multidisciplinaria en el caso particular de los estudios

sobre cine, en varias universidades se imparten ya materias sobre el tema y se empiezan a multiplicar los diplomados. La investigación –y las actividades en torno a su discusión, publicación y otras formas de divulgación– ha sido apoyada por la Universidad de Guadalajara, con la creación de su Centro de Investigación y Enseñanza Cinematográficas (CIEC), originalmente bajo la dirección de Emilio García Riera; el Centro de Estudios de la Comunicación de la Facultad de Ciencias Políticas de la UNAM; además, el Centro Universitario de Estudios Cinematográficos (CUEC) y el Centro de Capacitación Cinematográfica (CCC) han contribuido a estabilizar un campo laboral que acoga a investigadores en este campo. Instituciones como la Fimoteca de la UNAM, la Cineteca Nacional, el Imcine, la Universidad Veracruzana y la Autónoma de Puebla se han sumado a la tarea de difundir la cultura fílmica y, en menor medida, la editorial Clío y algunas revistas, entre las que destaca *Somos* (Miquel, 2001: 404-412).

Por otra parte, aún es endeble el apoyo a los trabajos sobre consumos culturales en función del mejor desarrollo de las políticas culturales. En realidad, el impacto de los estudios de público ha sido limitado sobre su diseño y evaluación. En ocasiones, se solicitan y son recibidos por una estructura burocrática que no está concebida para transformarse en función de lo que plantean. En otras, la realización de encuestas es producto de una mera búsqueda de legitimación por parte de autoridades gubernamentales (muchas veces utilizadas como propaganda, como lo llegan a hacer los partidos políticos). En el fondo, se requiere la presión organizada por parte de la sociedad civil, ya que la democratización todavía es incipiente: faltan movimientos de consumidores, de televidentes y formas de representación ciudadana de los derechos comunicacionales y culturales.

Bibliografía

- ALFARO, FRANCISCO Y ALEJANDRO OCHOA
1997 *Espacios distantes... aún vivos. Las salas cinematográficas de la Ciudad de México*, Universidad Autónoma Metropolitana (UAM)-Xochimilco, México.
1998 *La República de los cines*, Clío, México.

⁵ Hay varios investigadores y funcionarios públicos que han realizado importantes contribuciones en este sentido. El diplomado en Consumo Cultural y Recepción Artística promovido por Graciela Schmilchuk en el Centro Nacional de Investigación, Documentación e Información de Artes Plásticas (Cenidiap) del Centro Nacional de las Artes; Eduardo Nivón y Lucina Jiménez, en el Posgrado Virtual en Políticas Culturales y Gestión Cultural para Iberoamérica, impulsado en una primera etapa por el Conaculta, la Organización de Estados Iberoamericanos y la UAM-Iztapalapa. Igualmente fueron relevantes los esfuerzos de José Antonio Mac Gregor y de Ana Cecilia Montilla, de la Dirección de Capacitación Cultural del Conaculta, en coordinación con instituciones culturales de todo el país, por sensibilizar hacia estas problemáticas en los programas de formación de gestores culturales.

- AMADOR, MARÍA LUISA
1977 "La exhibición en México (1930-1970)", en Aurelio de los Reyes *et al.*, *80 años de cine en México*, Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), México, pp. 121-137.
- AMADOR, MARÍA LUISA
Y JORGE AYALA BLANCO
s.f. *Cartelera cinematográfica 1930-1979*, 5 ts., FilMOTECA de la UNAM, México.
- ARREDONDO, PABLO
Y ENRIQUE SANCHEZ RUIZ
1986 *Comunicación social, poder y democracia en México*, Universidad de Guadalajara (UdeG), Guadalajara.
- BARTRA, ROGER
1986 "México: cultura y poder político", en Julio Labastida Martín del Campo (ed.), *Los nuevos procesos sociales y la teoría política contemporánea*, Siglo XXI Editores, México, pp. 319-324.
- 1987 *La jaula de la melancolía. Identidad y metamorfosis del mexicano*, Grijalbo, México.
- BONFIL, CARLOS
1993 *Cantinflas. Águila o sol*, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (Conaculta)/Instituto Mexicano de Cinematografía (Imcine)/Dirección General de Publicaciones, México.
- BONFIL, CARLOS Y CARLOS MONSIVÁIS
1994 *A través del espejo. El cine mexicano y su público*, El Milagro/Imcine, México.
- BRIONES, JORGE
1997 *Esplendor y ocaso de las salas de cine en Sinaloa*, Dirección de Investigación y Fomento de Cultura Regional, Culiacán.
- CANACINE
1989 *La industria cinematográfica mexicana. Perfil económico*, Cámara Nacional de la Industria Cinematográfica, México.
- CASTRO RICALDE, MARICRUZ
Y ROBERT MCKEE IRWIN
2011 *El cine mexicano "se impone". Mercados internacionales y penetración cultural en la época dorada*, Dirección de Literatura-UNAM, México.
- CINE TOMA. REVISTA MEXICANA DE CINE
2010 *Hay vida más allá de las pantallas. Nuevos modelos de producción, distribución y exhibición*, año 2, núm. 11, julio-agosto.
- 2012 *Nostalgia por el celuloide. La transición digital, mitos, realidades y prospectivas*, año 4, núm. 23, julio-agosto.
- COMPAÑÍA OPERADORA DE TEATROS
1978 *Las salas cinematográficas en la Ciudad de México y su área metropolitana*, Compañía Operadora de Teatros (COTSA), México.
- CONACULTA
2003 *Atlas de infraestructura cultural de México*, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, México.
- 2004 *Encuesta Nacional de Prácticas y Consumo Culturales*, Sistema de Información Cultural-Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, México.
- 2010 *Encuesta Nacional de Hábitos, Prácticas y Consumo Culturales*, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, México <http://www.conaculta.gob.mx/encuesta_nacional/>.
- CONTRERAS, MIGUEL
1960 *El libro negro del cine mexicano*, ed. del autor, México.
- COSTA, PAOLA
1978 "Desarrollo de las salas cinematográficas en la Ciudad de México (1896-1978)", en *Las salas cinematográficas en la Ciudad de México y su área metropolitana*, COTSA, México.
- 1988 *La "apertura" cinematográfica. México 1970-1976*, Benemérita Universidad Autónoma de Puebla (BUAP), Puebla.
- DÁVALOS, FEDERICO
Y ESPERANZA VÁZQUEZ
1985 *Filmografía general del cine mexicano (1906-1931)*, BUAP, Puebla.
- ELIZONDO, JORGE
1991 "La exhibición cinematográfica. Retrospectiva y futuro", en *Pantalla*, núm. 15, invierno, pp. 1-36.
- FEIN, SETH
1994 "Hollywood, U.S.-Mexican Relations, and the Devolution of the 'Golden Age' of Mexican Cinema", en *Film-Historia*, vol. IV, núm. 2, pp. 103-135.
- FERNÁNDEZ, JOAQUÍN
1996 "Exhibición cinematográfica, lo que el viento regresó", en *Expansión*, 9 de octubre, pp. 32-48.
- FUENTES NAVARRO, RAÚL
1996 *La investigación de la comunicación en México. Sistematización documental 1986-1994*, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO)/UdeG, Guadalajara.
- 2003 *La investigación académica sobre comunicación en México. Sistematización documental 1995-2001*, ITESO, México.
- FUENTES NAVARRO, RAÚL
Y ENRIQUE SANCHEZ RUIZ
1992 "Investigación sobre comunicación en México: los retos de la institucionalización", en Guillermo Orozco (coord.), *La investigación de la comunicación en México: tendencias y perspectivas para los noventas*, Universidad Iberoamericana (UIA), México, pp. 11-38.
- GALINDO, ALEJANDRO
1968 *Una radiografía histórica del cine mexicano*, Fondo de Cultura Popular, México.
- GARAY, ADRIÁN DE
2004 *Integración de los jóvenes en el sistema universitario: prácticas sociales, académicas y de consumo cultural*, Ediciones Pomares, Barcelona/México.
- GARCÍA CANCLINI, NÉSTOR (COORD.)
1993 *El consumo cultural en México*, Conaculta, México.
- 1994 *Los nuevos espectadores. Cine, televisión y video en México*, Imcine/Conaculta, México.
- 1998 "Qué hay para ver: mapas de la oferta y prácticas culturales", en *Cultura y comunicación en la Ciudad de México*, UAM-Iztapalapa/Grijalbo, México, pp. 41-63.
- GARCÍA CANCLINI, NÉSTOR
Y MABEL PICCINI
1993 "Culturas de la Ciudad de México: símbolos colectivos y usos del espacio urbano", en Néstor García Canclini (coord.), *El consumo cultural en México*, Conaculta, México, pp. 43-85.
- GARCÍA CANCLINI, NÉSTOR
Y ANA ROSAS MANTECÓN
2005 "Políticas culturales y consumo cultural urbano", en Néstor García Canclini (coord.), *La*

- antropología urbana en México, Conaculta/ UAM/Fondo de Cultura Económica (FCE), México, pp. 168-195.
- GARCÍA CANCLINI, NÉSTOR, ANA ROSAS MANTECÓN Y ENRIQUE SÁNCHEZ RUIZ (COORDS.)
2006 *Situación actual y perspectivas de la industria cinematográfica en México y el extranjero*, División de Estudios del Estado y la Sociedad-UdeG/Imcine, Guadalajara.
- GARCÍA RIERA, EMILIO
1974 *El cine y su público*, FCE (Testimonios del Fondo, 11), México.
1985 *Historia del cine mexicano*, Secretaría de Educación Pública (SEP)/Foro 2000, México.
1998 *Breve historia del cine mexicano. Primer siglo, 1897-1997*, Ediciones Mapa/Imcine/Conaculta/Canal 22/UdeG, México.
- GARRIDO, FELIPE
1997 *Luz y sombra. Los inicios del cine en la prensa de la Ciudad de México*, Conaculta, México.
- GETINO, OCTAVIO (COORD.)
2011 *Producción y mercados del cine latinoamericano en la primera década del siglo XXI*, Fundación del Nuevo Cine Latinoamericano, La Habana.
- GÓMEZ, CUITLÁHUAC MARTÍN
2001 "De la pantalla a la vida cotidiana: exhibición cinematográfica en Tenango del Valle, Estado de México (1927-1989)", en Eduardo de la Vega (coord.), *Microhistorias del cine en México*, UdeG/UNAM/Imcine/Cineteca Nacional/Instituto Mora, México, pp. 221-238.
- GÓMEZ VARGAS, HÉCTOR
2000 "Luces en la oscuridad. La investigación sobre cine en México", en *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, época II, vol. VI, núm. 12, diciembre, pp. 9-52.
2001 *Cartografías urbanas y el equipamiento cultural en León*, UIA-León.
2004a *La ciudad y la furia. Hacia una cronología sociocultural de León*, UIA-León.
2004b "Una realidad aparte. Mundos mediáticos y experiencias cinematográficas en las culturas locales", en *Anuario de Investigación de la Comunicación XI*, Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación (Coneicc), pp. 169-201.
2008 "Estratos espaciales y de comunicación en los estudios sobre la juventud. Una revisión de los estudios de los consumos culturales juveniles en México", en María Antonieta Rebeil Corella, coord., *XV Anuario de Investigación de la Comunicación, Coneicc*, Coneicc/Universidad Anáhuac/Universidad del Mayab/UIA-León/Universidad Autónoma de San Luis Potosí/Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, pp. 185-212.
- GONZÁLEZ, JORGE Y MARÍA GUADALUPE CHÁVEZ
1996 *La cultura en México I. Cifras clave*, Dirección General de Culturas Populares-Conaculta/Centro Universitario de Investigaciones Sociales-Universidad de Colima, México.
- GONZÁLEZ ANGULO, JORGE
1993 "La cofradía de las emociones (in)terminables. Telenovela, memoria, familia", en Néstor García Canclini (coord.), *El consumo cultural en México*, Conaculta, México, pp. 295-336.
- GONZÁLEZ CASANOVA, MANUEL
1989 *Crónica del cine silente en México*, UNAM, México.
1995 *Los escritores mexicanos y los inicios del cine 1896-1907*, UNAM/El Colegio de Sinaloa, México.
1999 "Panorama histórico de los cine clubes en México", conferencia presentada en el Congreso de Cine Clubes, 17 de agosto, México.
- GONZÁLEZ CASANOVA, MANUEL (COMP.)
1992 *Las vistas. Una época del cine en México*, Instituto Nacional de Estudios Históricos de la Revolución Mexicana, México.
- HEUER, FEDERICO
1964 *La industria cinematográfica mexicana*, ed. del autor, México.
- HINOJOSA, LUCILA
2003 *El cine mexicano. De lo global a lo local*, Trillas/Universidad Autónoma de Nuevo León, México.
2004 "El cine mexicano y su espectador: un caso de recepción cinematográfica", en *LOGOS CC, Tratado Científico de Comunicación, Revista de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UANL*, año 3, núm. 2, vol. 3, enero-marzo, pp. 36-54.
- IGLESIAS PRIETO, NORMA
1992 "La fábrica de sueños: el cine fronterizo y su relación con el público", en *Historia y Cultura*, vol. VI, pp. 77-100.
1996 "Reflexiones sobre el estudio de los procesos de recepción", ponencia presentada en el Primer Encuentro Nacional sobre la Enseñanza y la Investigación del Cine en México, UAM/Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación/Coneicc, México.
1999 "Identidad, género y recepción cinematográfica. Danzón y su lectura por género", tesis de doctorado, Universidad Complutense de Madrid, Madrid.
2001 "Una frontera de película: características e importancia del cine fronterizo", en Eduardo de la Vega (coord.), *Microhistorias del cine en México*, UdeG/UNAM/Imcine/Cineteca Nacional/Instituto Mora, México, pp. 19-39.
- ITURRIAGA, JOSÉ E.
1951 *La estructura social y cultural de México*, FCE, México.
- LEAL, JUAN FELIPE, EDUARDO BARRAZA Y ALEJANDRA JABLONSKA
1993 *Vistas que no se ven. Filmografía mexicana, 1896 - 1910*, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales-UNAM, México.
- LEAL, JUAN FELIPE, EDUARDO BARRAZA Y CARLOS A. FLORES
1994 *El arcón de las vistas. Cartelera del cine en México 1896-1910*, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales-UNAM, México.
2002 *1895: El cine antes del cine, el kinetoscopio*, Ediciones y Gráficos Eón y Voyeur (Anales del cine en México, 1895-1911, 1), México.
2003a *1896: El vitascopio y el cinematógrafo en México*, Ediciones y Gráficos Eón y Voyeur (Anales del cine en México, 1895-1911, 2), México.
2003b *1897: Los primeros exhibidores y camarógrafos nacionales*, Ediciones y Gráficos Eón y Voyeur (Anales del cine en México, 1895-1911, 3), México.
2003c *1898: Una guerra imperial*, Ediciones y Gráficos Eón y Voyeur (Anales del cine en México, 1895-1911, 4), México.

- 2003d 1899: *¡A los barrios y a la provincia!*, Ediciones y Gráficos Eón y Voyeur (Anales del cine en México, 1895-1911, 5), México.
- 2003e 1900: *Los cines y los teatros*, Ediciones y Gráficos Eón y Voyeur (Anales del cine en México, 1895-1911, 6), México.
- 2003f 1901: *El cine y la pornografía*, Ediciones y Gráficos Eón y Voyeur (Anales del cine en México, 1895-1911, 7), México.
- 2003g 1902: *La magia del cine*, Ediciones y Gráficos Eón y Voyeur (Anales del cine en México, 1895-1911, 8), México.
- 2004 1903: *El espacio urbano del cine*, Ediciones y Gráficos Eón y Voyeur (Anales del cine en México, 1895-1911, 9), México.
- n.d. 1904: *El cine y la publicidad*, Ediciones y Gráficos Eón y Voyeur (Anales del cine en México, 1895-1911, 10), México.
- LOZANO, JOSÉ CARLOS
1997 "Consumo de cine extranjero en Monterrey", en *Anuario de Investigación de la Comunicación IV*, Coneicc/UdeG, México, pp. 151-176.
- MACOTELA, FERNANDO
1968 "La industria cinematográfica mexicana. Estudio jurídico y económico", tesis profesional, Facultad de Derecho-UNAM, México.
- MARTÍN-BARBERO, JESÚS
1987 *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*, Gustavo Gili, México.
- MARTÍNEZ ASSAD, CARLOS
1990 "El cine como lo vi y como me lo contaron", en Rafael Loyola (coord.), *Entre la guerra y la estabilidad política. El México de los 40*, Grijalbo/SEP (Los Noventa, 9), México, pp. 339-360.
- MARTÍNEZ MERLING, RAÚL
Y FRANCISCO GÓMEZJARA
1988 *Praxis cinematográfica*, Universidad Autónoma de Querétaro, Querétaro.
- MIQUEL, ÁNGEL
1992a "Cines y públicos en el México de principios de siglo", en *Dicine*, núm. 44, marzo, pp. 8-11.
1992b *Los exaltados. Antología de escritos sobre cine en periódicos y revistas de la Ciudad de México 1896-1929*, Centro de Investigación y Enseñanza Cinematográficas (CIEC)-UdeG, Guadalajara.
1994 "El público de cines en la Ciudad de México (1896-1917)", en Eduardo de la Vega y Enrique Sánchez Ruiz (comps.), *Bye Bye Lumière... Investigación sobre cine en México*, UdeG, Guadalajara, pp. 143-153.
1998 "Reseña bibliográfica de la historia reciente del cine en México", en Julianne Burton-Carvajal et al. (comps.), *Horizontes del segundo siglo. Investigación y pedagogía del cine mexicano, latinoamericano y chicano*, UdeG/Imcine, México, pp. 28-38.
2001 "Cine mexicano y regiones: panorama bibliográfico (1980-1999)", en Eduardo de la Vega (coord.), *Microhistorias del cine en México*, UdeG/UNAM/Imcine/Cineteca Nacional/Instituto Mora, México, pp. 401-414.
- MONSIVÁIS, CARLOS
1976 "Notas sobre la cultura mexicana en el siglo xx", en Daniel Cosío Villegas (coord.), *Historia general de México*, El Colegio de México (Colmex), México, pp. 1375-1548.
- 1981 "Notas sobre el Estado, la cultura nacional y las culturas populares en México", en *Cuadernos Políticos*, núm. 30, octubre-diciembre, pp. 33-44.
1982 "La nación de unos cuantos y las esperanzas románticas. Notas sobre la historia del término 'cultura nacional'", en Varios Autores, *En torno a la cultura nacional*, FCE/SEP (SEP/80, 51), México, pp. 160-228.
1987 "La cultura popular en el ámbito urbano", en *Comunicación y culturas populares en Latinoamérica. Seminario del Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales*, Gustavo Gili, México, pp. 113-133.
1990 "El matrimonio de la butaca y la pantalla", en *Artes de México*, núm. 10, invierno, pp. 36-39.
1994 "Se sufre pero se aprende", en Carlos Monsiváis y Carlos Bonfil, *A través del espejo. El cine mexicano y su público*, El Milagro/Imcine, México, pp. 99-224.
- NIETO, RAÚL
1998 "Experiencias y prácticas sociales en la periferia de la ciudad", en Néstor García Canclini (coord.), *Cultura y comunicación en la Ciudad de México*, Grijalbo, México, pp. 234-276.
- O CASTELLANOS, ANA MARÍA DE LA
2001 "Las vivencias cinematográficas en la memoria de los pueblos: Zapopan y Unión de Tula", en Eduardo de la Vega (coord.), *Microhistorias del cine en México*, UdeG/UNAM/Imcine/Cineteca Nacional/Instituto Mora, México, pp. 153-170.
- OCHOA, CUAUHTÉMOC
1998 "Las salas cinematográficas en la Ciudad de México en tiempos de cambio 1982-1997", tesis de maestría en Planeación y Políticas Metropolitanas, UAM-Azcapotzalco, México.
- OCHOA, CUAUHTÉMOC
Y ANA ROSAS MANTECÓN
2007 "Cines y ciudad: inclusión, segregación y fragmentación urbana", en María Ana Portal (coord.), *Espacios públicos y prácticas metropolitanas*, Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología/UAM-Iztapalapa, México, pp. 207-252.
- ORTEGA VILLA, LUZ MARÍA
2011 *Cerca y lejos. Aproximaciones al estudio del consumo de bienes culturales*, Universidad Autónoma de Baja California (UABC), Mexicali.
- PELAYO, ALEJANDRO ET AL.
1999 "Esencia del cine club", en Congreso de Cine Clubes, México, pp. 371-413.
- PEREA, HÉCTOR
1988 *La caricia de las formas. Alfonso Reyes y el cine*, UAM, México.
- PÉREZ MONTFORT, RICARDO
1994 *Estampas de nacionalismo popular mexicano. Ensayos sobre cultura popular y nacionalismo*, Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social (CIESAS), México.
- PICCINI, MABEL, ANA ROSAS MANTECÓN
Y GRACIELA SCHMILCHUK (COORDS.)
2000 *Recepción artística y consumo cultural*, Juan Pablos/Centro Nacional de Investigación, Documentación e Información de Artes Plásticas/Conaculta/Instituto Nacional de Bellas Artes, México.

- REYES, ALFONSO, MARTÍN LUIS GUZMÁN
Y FEDERICO DE ONÍS
1963 *Frente a la pantalla, cuadernos de cine*, Dirección General de Difusión Cultural-UNAM, México.
- REYES, AURELIO DE LOS
1977 "El cine en México: 1896-1930", en Aurelio de los Reyes *et al.*, *80 años de cine en México*, UNAM, México, pp. 9-92.
1980 "Del Blanquita, del público y del género chico mexicano", en *Diálogos*, núm. 92, marzo-abril, pp. 29-32.
1981 *Cine y sociedad en México 1886-1930. Vivir de sueños. Volumen I (1896-1920)*, UNAM/Cineteca Nacional, México.
1993 *Cine y sociedad en México 1886-1930. Bajo el cielo de México. Volumen II (1920-1924)*, UNAM/Cineteca Nacional, México.
- REYES DE LA MAZA, LUIS
1973 *El cine sonoro en México*, UNAM, México.
- ROSAS MANTECÓN, ANA
1995 "Una mirada antropológica al público de cine", en *El Cotidiano*, núm. 68, marzo-abril, pp. 48-52.
1998 "El cine y sus públicos en México. Un balance bibliográfico", en *Versión*, núm. 8, octubre, pp. 227-247.
- ROZADO, ALEJANDRO
1991 *Cine y realidad social en México. Una lectura de la obra de Emilio Fernández*, CIEC/UdeG, Guadalajara.
- SÁNCHEZ RUIZ, ENRIQUE
1998a "El cine mexicano y la globalización: contracción, concentración e intercambio desigual", en Julianne Burton-Carvajal *et al.* (comps.), *Horizontes del segundo siglo. Investigación y pedagogía del cine mexicano, latinoamericano y chicano*, UdeG/Imcine, México, pp. 101-133.
1998b "Cine y globalización", en *Comunicación y Sociedad*, núm. 33, pp. 47-91.
2001 "Preferencias y ofertas cinematográficas en México", en *Revista Mexicana de Comunicación*, núm. 72, noviembre-diciembre, pp. 46-49.
- SUNKEL, GUILLERMO (COORD.)
1999 *El consumo cultural en América Latina*, Convenio Andrés Bello, Bogotá.
2006 *El consumo cultural en América Latina*, Convenio Andrés Bello, Bogotá, 2ª ed. ampliada.
- TORRES, PATRICIA
1992 *Crónicas tapatías del cine mexicano (1917-1940)*, UdeG, Guadalajara.
2004 "Del sujeto a la pantalla. El cine mexicano y su audiencia en Guadalajara", tesis de doctorado en Antropología Social, CIESAS Occidente, México.
- TRUJILLO MUÑOZ, GABRIEL
1999 *Baja California: Ritos y mitos cinematográficos*, UABC/Asociación de Bajacalifornianos Residentes en el Distrito Federal, Mexicali.
- TUÑÓN, JULIA
1989 "La imagen de la mujer trabajadora en el cine mexicano (1939-1952)", en *Antropología. Boletín oficial del INAH*, nueva época, núm. 28, pp. 2-11.
1993 "Mujeres de luz y sombra en el cine mexicano. La construcción masculina de una imagen (1939-1952)", tesis de doctorado en Historia, Facultad de Filosofía y Letras-UNAM.
1998 *Mujeres de luz y sombra en el cine mexicano. La construcción de una imagen, 1939-1952*, Colmex/Imcine, México.
- UGALDE, VÍCTOR
1998 "Panorama del cine en México: cifras y propuestas", en *Estudios Cinematográficos*, año 4, núm. 14, octubre-diciembre, pp. 45-59.
2004 "Desmemoria. Cine mexicano, uno de los perdedores con el TLC", en *Etcétera*, febrero, pp. 27-30.
- UGALDE, VÍCTOR
Y PEDRO REYGADAS
1994 "La construcción del futuro del cine mexicano... ¿yankees welcome?", en Eduardo de la Vega y Enrique Sánchez Ruiz (comps.), *Bye Bye Lumière... Investigación sobre cine en México*, UdeG, Guadalajara, pp. 41-74.
- VARGAS, HUGO
1991 "El cine mexicano. La eterna crisis y la nueva generación", en *La Jornada Semanal*, nueva época, núms. 87-88, febrero, pp. 28-37 y 14-21.
- VEGA, EDUARDO DE LA (COORD.)
2001 *Microhistorias del cine en México*, UdeG/UNAM/Imcine/Cineteca Nacional/Instituto Mora, México.
- VEGA ALFARO, EDUARDO DE LA
1984 "Los patrones sociales y familiares en el cine", en Manuel González Casanova *et al.*, *El cine*, UNAM (Extensión Académica. Apuntes, 20), México, pp. 53-56.
- VEGA ALFARO, EDUARDO DE LA
Y ENRIQUE SÁNCHEZ RUIZ (COMPS.)
1994 "Evolución y estado actual de la investigación sobre el cine mexicano", en Eduardo de la Vega y Enrique Sánchez Ruiz (comps.), *Bye Bye Lumière... Investigación sobre cine en México*, UdeG, Guadalajara, pp. 11-26.
- ZAVALA, LAURO
1994 "La mirada múltiple: acerca del espectador de cine", en Eduardo de la Vega y Enrique Sánchez Ruiz (comps.), *Bye Bye Lumière... Investigación sobre cine en México*, UdeG, Guadalajara, pp. 133-142.