



Comunicación y Sociedad

ISSN: 0188-252X

comysoc@yahoo.com.mx

Universidad de Guadalajara

México

OROZCO GÓMEZ, GUILLERMO

Reseña de "Cine, género y jóvenes. El cine mexicano contemporáneo y su audiencia tapatía" de  
Torres San Martín, P.

Comunicación y Sociedad, núm. 17, enero-junio, 2012, pp. 205-210

Universidad de Guadalajara

Zapopan, México

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=34623149009>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal

Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

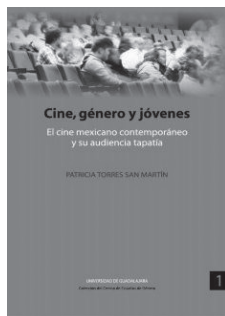
## ***Cine, género y jóvenes. El cine mexicano contemporáneo y su audiencia tapatía***

GUILLERMO OROZCO GÓMEZ<sup>1</sup>

Ya desde el mismo título, la autora de este recorrido nos da la clave de su desarrollo: el cine como punto de partida, desde donde se vinculan y vehiculan representaciones culturales varias —en particular de género—, a partir de las cuales jóvenes tapatíos emergen como su audiencia y otorgan sentido diferencialmente a su encuentro en la pantalla con esos otros jóvenes/personajes y temáticas de las nuevas películas del cine mexicano.

Escrito en clave “de comunicación”, no sociológica ni antropológica ni culturalista —lo cual debe destacarse especialmente— ya que el objeto de análisis es un medio de comunicación, sus productos y sus audiencias, este libro ofrece a sus lectores un panorama múltiple de todo eso que conforma el

Torres San Martín, P. (2011). *Cine, género y jóvenes. El cine mexicano contemporáneo y su audiencia tapatía*. Colección de Estudios de Género, 1. Guadalajara, México: UdeG-CUCSH, 230 pp.



<sup>1</sup> Universidad de Guadalajara, México.  
Correo electrónico: gorozco@cencar.udg.mx

fenómeno cinematográfico y lo aterriza con datos empíricos al presente. Esto es quizá lo más distintivo de la obra y desde donde se origina su aportación esencial a los estudios de recepción cinematográfica, ya que el cine, sus audiencias y sus temas explorados y engarzados sobre el eje analítico de la comunicación, no inhiben ni excluyen otras dimensiones o disciplinas, sino todo lo contrario, las iluminan.

El texto aporta lo mismo interpretaciones que datos duros y tendencias de producción y difusión de cine en México, así como de asistencia a salas cinematográficas, lo cual satisface las vetas sociológicas y la curiosidad estadística de los lectores, además de dar piso a los diálogos posteriores entre datos de diverso calado. Sin ser estrictamente una etnografía de la recepción de películas del así llamado “nuevo cine mexicano”, el lector puede encontrar descripciones de perfiles de audiencias, sus opiniones y “sentires” sobre lo que vieron y recuerdan en las películas reportadas. A la vez se hace un recuento culturalista de temáticas dominantes y su tratamiento sobre jóvenes en películas mexicanas de todos los tiempos. En esa descripción se ubican casos ilustrativos concretos, desde la clásica de Buñuel: *Los olvidados* hasta *Y tu mamá también*.

Los datos empíricos han sido obtenidos de observaciones directas y entrevistas con audiencias jóvenes de la ciudad de Guadalajara. Al tiempo que el libro describe el contenido de las historias de las películas de referencia *Amores perros* e *Y tu mamá también*, aporta los relatos y recuerdos que audiencias jóvenes le otorgan a diversas escenas desde su estatus juvenil y de género, abordando así la emergencia de sentidos diversos a propuestas diferenciadas de realizar interacciones sociales, personales e íntimas con la pantalla cinematográfica.

Con estas coordenadas, el libro arranca haciendo una recuperación explícita de su origen como investigación de tesis doctoral, en la que se despliega una discusión actualizada y convergente de distintas corrientes sobre recepción audiovisual dentro de las ciencias sociales para comprender la múltiple relación: cine, recepción, audiencias. Sobre los estudios específicos de recepción cinematográfica –escasos– comparados con los de recepción televisiva, y además poco conocidos en países de habla hispana, Torres San Martín recupera propuestas originales, pioneras de los años treinta del siglo pasado, que desde Inglaterra han dejado algunas páginas de documentación sobre el cine y las expectati-

vas de sus audiencias, así como acerca de la frágil legitimación científica del fenómeno cinematográfico, naciente en ese entonces, como un objeto de estudio con valor en sí mismo.

Al igual que lo que ha venido pasando de manera reiterada con cada uno de los medios masivos de comunicación, frente al cine también surgieron preocupaciones, tanto por su estatus de expresión artística como, sobre todo, por su potencial impacto negativo en la moral social. Preocupaciones ambas que la autora trasciende para enfocar su mirada sin prejuicios morales en la dimensión cultural donde se pone en juego la masculinidad y la feminidad de las representaciones audiovisuales de las interacciones más íntimas: las sexuales.

Después de un primer recorrido por el mapa conceptual de siete décadas sobre corrientes y resultados de investigación de estudios nacionales e internacionales sobre cine y audiencias, en especial los británicos, Torres San Martín concluye: “la mayoría de la audiencia utiliza el cine de una manera muy personal. Y al final de cuentas son los factores contextuales, más que los textuales los que sostienen el proceso de recepción de una película” (p. 49).

Afirmación clara y polémica que parecería contradecir su mirada en el libro, pero que brota de otra dimensión, de ésta basada en su experiencia cinematográficamente ilustrada que le permite apreciar también el lado más humano de la recepción, dentro de un enfoque comunicacional complejo, llevando un valor añadido a la investigación. Ese tipo de valor que sólo emana de la vida y la “cinevidencia” recurrente, apasionada y curiosa sobre el cine nacional.

Como producto de esta revisión conceptual histórica, una de las más claras aportaciones del libro es justamente la ubicación y demarcación a la vez, de la propia propuesta comunicativa/integradora de la autora a lo largo de ese continuum histórico de evolución conceptual y metodológico en los estudios de recepción.

La revisión de estudios anteriores, y algunos contemporáneos de recepción cinematográfica integrada en este libro, es prácticamente exhaustiva en lo que toca a México. La autora va no sólo incorporando sus referencias sino transparentando su vinculación con el eje de investigación central de su trabajo, por lo que para cualquier estado de la cuestión, la consulta de este texto es y será fundamental.

El cine como medio e institución fue construyendo su propia audiencia, como la televisión haría lo propio después con la suya, y antes ya lo habían hecho la radio y la prensa. Pero, ¿cómo se construye una audiencia?

Esta pregunta es en este libro todo un capítulo. En sus páginas, Torres San Martín va conjuntando datos de diferentes fuentes desde los cuales los lectores van entretejiendo una concepción de audiencia que finalmente tiene al menos cinco dimensiones. Una “real”, medible, cuantificada con el número de boletos de entrada a una película que fueron comprados en su temporada de exhibición. Una segunda resultante de otros criterios de segmentación, por los que se difractan límites cualitativos que permiten tener un ente significativo que responde de manera compartida, similar a las provocaciones de la pantalla, y que es una audiencia cuya existencia es subjetiva, no visible ni tangible, que puede fluctuar y variar, pero no obstante soporta una plataforma simbólica desde la cual mirar una película.

Una tercera dimensión es la de esa audiencia que los productores cinematográficos, los cineastas y las políticas públicas al respecto quisieran tener, formar, impactar. Una “audiencia/motivo” para la cual se quisiera ofrecer algún producto filmico en particular. En buena parte, mucho del motivo de los productos cinematográficos que conformaron el famoso cine mexicano del siglo pasado buscó “encarnar” modelos de sentir y de creer, de esperar y perdonar con detalles específicos de la vida y de la interacción social de los personajes cotidianos. Se construyó en pantalla y desde la pantalla, nada menos que una representación del carácter de lo mexicano, de la valentía, de la solidaridad fraterna, de la paternidad y maternidad, de la pobreza y del ser pobre, tanto como de la riqueza y del ser rico, hermano, hijo o hija, joven, trabajador, amigo, etc. Todo lo que ha dejado huella en la sociedad mexicana, y más que huella, como dijera Monsiváis, ha ido formando la mexicanidad; una dimensión de mexicanidad que ha sido difundida y reconocida internacionalmente, justo porque fue una representación cinematográfica muy fidedigna, y verosímil a la vez, de un momento histórico nacional.

Otra dimensión más de “audiencia” proviene de la propia percepción de sectores del público cuando son abordados y expresan el sentido de su intercambio con el cine. Esta sería una “audiencia/sintiente”

y hablante que dice, que expresa, que se contradice y que se corrige en sus dichos. Audiencia reflexiva, viviente al fin, que mira la película, la apropia y la incorpora según diversas mediaciones del contexto.

Todas las vertientes anteriores coexisten con aquella audiencia conformada in situ cuando se está en la sala de cine mirando la película, que llora o ríe o sigue indiferente ante los destellos de luces o el glamour de una sonrisa o la seductora mirada de la diva, o bien se estremece ante la sensualidad de una caricia o un beso entre los amantes.

El libro aporta informaciones que permiten construir a la audiencia del cine con extractos de cada una de éstas e incluso otras dimensiones, y tener una mejor comprensión, siempre completándose de lo que es ser joven y ser audiencia hoy en día.

“Los jóvenes en el cine mexicano” es el título del último capítulo donde Torres San Martín contrasta las representaciones de juventud de diversas épocas y explora sus intercambios para inferir los valores que sustentan lo que fue, era y es ser joven, especialmente a partir de diferencias de género.

Las dos películas abordadas en la investigación que se reportan en este libro, *Amores perros* e *Y tu mamá también*, a primera vista aluden a un cambio en la manera de construir la juventud frente a sí misma, de cara a la vida y a los otros, justo a partir de su comportamiento de género y de su expresión sexual.

Para realizar este análisis contrastante, la autora recurre al enfoque de contenido detallado de intercambios entre los personajes de dichas películas, desde donde va tendiendo los elementos para argumentar el dominio de las permanencias sobre las novedades en la propuesta de las nuevas películas, ya que no obstante la aparente liberalidad de las definiciones de los nuevos caracteres y las acciones realizadas, e incluso de los escenarios escogidos y la violencia y crudeza de encuentros desplegada, la cual impacta y es en ocasiones inédita en su representación la aparente liviandad con la que “todo se vale” y el nuevo discurso juvenil, sin represiones, en el fondo no hay una propuesta alternativa a un machismo tradicional, presente en la mayoría de las relaciones de género del cine mexicano, de antes y de más antes. Una conclusión para seguirse hablando y pensando, que abre el diálogo con las lectoras y lectores sobre lo que significaría un cine realmente nuevo.

Más allá de estos temas desafiantes al análisis, el libro permite una lectura que nutre la imaginación y deja reposar la mirada en fotos emblemáticas de películas que siempre habrá que tener presente como imágenes constitutivas de esa mexicanidad construida desde la pantalla en múltiples intercambios con las audiencias.