



Antrópica revista de ciencias sociales y
humanidades

ISSN: 2448-5241

gabrielotti@correo.uady.mx

Universidad Autónoma de Yucatán
México

Hinojosa-Córdova, Lucila

Cine mexicano, emociones e identidad: dos visiones a través de la recepción
cinematográfica

Antrópica revista de ciencias sociales y humanidades, vol. 7, núm. 14, julio-diciembre,
2021, pp. 167-192

Universidad Autónoma de Yucatán

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=723878165008>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en [redalyc.org](https://www.redalyc.org)

[redalyc.org](https://www.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

Antrópica

Revista de Ciencias Sociales y Humanidades



FACULTAD DE CIENCIAS ANTROPOLÓGICAS UADY



Cine mexicano, emociones e identidad: dos visiones a través de la recepción cinematográfica

Mexican Cinema, emotions and identity: two visions through film reception

Lucila Hinojosa-Córdova

Universidad Autónoma de Nuevo León (México)

<http://orcid.org/0000-0003-0541-5347>

lhcordova@hotmail.com

Recibido: 6 de noviembre de 2020

Aprobado: 28 de abril de 2021

Resumen

El cine mexicano experimenta un buen momento, una nueva generación de realizadores están produciendo películas que están atrayendo de nuevo a los públicos a las salas de cine, públicos que también viven un cambio generacional, de tal manera que podemos decir que el cine mexicano vive una nueva Época de Oro en el siglo XXI. El propósito de este trabajo es presentar una mirada a la recepción que de las películas mexicanas recientes tienen sus públicos, jóvenes y adultos mayores, explorar las emociones que les provocan y los estados de ánimo que presentan antes y después de exponerse a estas películas, así como si experimentaron identificación con los personajes. La metodología fue mixta, utilizando la encuesta y el focus group como técnicas de investigación, las películas que se usaron como ejemplo fueron *Nosotros los Nobles* y *No se aceptan devoluciones*. Los resultados muestran que los adultos mayores fueron más reflexivos al expresar las emociones que las películas despertaron en ellos, mostraron una mayor empatía hacia las situaciones que vivían los personajes y lograron identificarse más con éstos, sin embargo, entre los jóvenes, si bien expresaron respuestas más contradictorias entre sí, en algunos de ellos logramos descubrir que estas dos películas mexicanas despertaron en algunos de ellos emociones intensas, incluso sorprendentes como la nostalgia, la cual se hubiera esperado más entre los adultos mayores.

Palabras clave: cine mexicano, recepción, emociones, identidad.

Abstract

Mexican cinema is experiencing a good time, a new generation of filmmakers are producing films that are bringing audiences back to cinemas, audiences that also undergo a generational change, so that we can say that Mexican cinema lives a new Golden Age in the 21st century. The purpose of this work is to present a look at the reception that recent Mexican films have their audiences, young people and older adults, explore the emotions they provoke and the moods they present before and after being exposed to these films, as well as whether they experienced identification with the characters. The methodology was mixed, using the survey and focus group as research techniques, the films that were used as an example were *We the Nobles* and *Returns are not accepted*. The results show that older adults were more thoughtful in expressing the emotions that the films aroused in them, showed greater empathy for the situations that the characters lived and managed to identify more with them, however, among the young people, although they expressed more contradictory responses to each other, in some of them we managed to discover that these two Mexican films aroused in some of them intense emotions, even surprising as nostalgia, which would have been expected more among older adults.

Key words: Mexican Cinema, reception, emotions, identity.

Introducción¹

El cine mexicano vivía un buen momento hasta que inició la pandemia del COVID 19 a nivel mundial². El *Anuario Estadístico de Cine Mexicano 2019* reportó una producción de 216 largometrajes, de los cuales se exhibieron 101 en las salas de cine comercial. La producción es la más alta en la historia del cine nacional, aunque los estrenos fueron menos que en el 2018 (115 películas), las estadísticas de los últimos años muestran un constante crecimiento en la producción y exhibición, en particular desde 2010, de acuerdo a los *Anuarios Estadísticos de Cine Mexicano* (Autor, 2018).

Tabla 1. El cine mexicano en números

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Pantallas cinematográficas	4,905	5,166	5,303	5,547	5,678	5,977	6,225	6,633
Películas extranjeras estrenadas	313	321	319	364	330	334	317	336
Asistencia total*	190	205	228	248	240	286	321	338
Películas mexicanas estrenadas	56	62	67	101	68	80	90	88
Asistencia a ver películas mexicanas*	11.5	13.5	10.9	30.1	24	17.5	30.5	22.4
Ingresos en taquilla**	9,032	9,755	10,674	11,860	11,237	13,334	14,808	16,142

Fuente: con información de los Anuarios del IMCINE.

La historia reciente del cine mexicano muestra que éste se había estado recuperando luego de una época de crisis resultado de las políticas adoptadas para integrarse al Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) en 1994,

1 En esta investigación colaboró Saraí Yescas Martínez, estudiante de noveno semestre de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, como parte de las actividades de su estancia de investigación durante el semestre agosto-diciembre de 2019.

2 Este trabajo se presentó como ponencia en XIX Congreso Internacional de Teoría y Análisis Cinematográfico, SEPANCINE 2020, realizado por la Universidad Autónoma de Querétaro, en Santiago de Querétaro, Qro., los días 21, 22 y 23 de octubre de 2020.

(*) Millones de personas

(**) Millones de pesos



ahora llamado T-MEC (Tratado entre México, Estados Unidos y Canadá). Entre las políticas adoptadas, la más crítica fue la de las modificaciones a la Ley Federal de Cinematografía relativa a la exhibición, ya que en la legislación vigente hasta 1992 se establecía que el 50% de las pantallas debían destinarse a la exhibición de películas mexicanas, pero con la reforma se redujeron a 10%. Esto devino en una caída de la producción y la exhibición y, por ende, en el consumo de películas nacionales. Sin embargo, nuevas generaciones de cineastas han venido trabajando más con voluntad que con recursos financieros, propiciando que la industria se haya recuperado hasta el 2019.

Hasta hace pocos meses, habíamos visto que una nueva generación de realizadores estaba produciendo películas que estaban atrayendo de nuevo a los públicos a las salas de cine, públicos que también viven un cambio generacional, de tal manera que podemos decir que el cine mexicano producido en este siglo vive una nueva Época de Oro, sobre todo a partir de la última década, como se aprecia en la Tabla 1 mostrada más arriba.

Por un lado, películas comerciales como *No se aceptan devoluciones* (Eugenio Derbez, 2013) y *Nosotros los Nobles* (Gary Alzaraki, 2013), empezaron a atraer de nuevo a los públicos a las salas a ver cine mexicano, siendo aceptadas, comentadas y recomendadas. Por otro lado, las recientes premiaciones de cineastas mexicanos como Alejandro González Iñárritu, Guillermo del Toro y Alfonso Cuarón, quienes han llamado la atención tanto a nivel nacional como internacional con sus producciones de calidad, son síntomas de que estas nuevas generaciones de cineastas, así como de públicos de todas las edades están dando impulso a esta nueva época para nuestro cine.

En este contexto surge el propósito de este trabajo: presentar una mirada a la recepción que de las películas mexicanas recientes tienen estos públicos, jóvenes y adultos mayores, explorar las emociones que les provocan y los estados de ánimo que presentan antes y después de exponerse a estas películas, así como si experimentan identificación con los personajes. Algunas de ellas, como las mencionadas *No se aceptan devoluciones* y *Nosotros los Nobles*, son películas que tuvieron gran éxito comercial primero en la taquilla de los cines, luego se exhibieron en la televisión abierta y ya circulan en plataformas de *streaming* para quien quiera verlas. Algunas de estas películas, como *Roma* (Alfonso Cuarón 2018), empezaron a exhibirse primero en plataformas digitales como Netflix y luego pasaron a las salas de cine comercial, fenómeno que también está modificando los modos tradicionales de exhibición cinematográfica y de recepción de los espectadores.

Estas nuevas películas, en su mayoría del género de comedia, tienen como trama situaciones de la vida cotidiana en la que se ven involucrados distintos



sectores sociales, quienes viven problemáticas económicas, sociales y culturales que emocionan y con las que se identifican los espectadores, además de contar con actores y actrices reconocidos en el ambiente cinematográfico mexicano. De ahí que el objetivo de esta investigación es explorar de qué manera influyen estas nuevas películas mexicanas en las emociones y estados de ánimo de los espectadores, qué factores están detrás de estas manifestaciones y si los espectadores encuentran elementos de identificación con los personajes.

Las preguntas que dieron origen al estudio fueron: ¿qué emociones despiertan las nuevas películas mexicanas en los espectadores jóvenes y adultos mayores?, ¿cuáles son los estados de ánimo de los espectadores asociados a la recepción cinematográfica de estos films?, ¿qué elementos de identidad encuentran en los personajes y situaciones que se ven representados?, ¿existen diferencias entre los procesos de recepción cinematográfica de jóvenes y adultos mayores?, y si existen, ¿cuáles serían éstas?

Este estudio es conveniente porque los trabajos de recepción cinematográfica son escasos tanto en el campo de la comunicación como en el de los estudios filmicos, y si bien existen datos estadísticos que nos describen de manera cuantitativa los alcances en asistencia e ingresos en taquilla de estas películas, no nos dicen mucho acerca de cómo las interpretan o significan sus espectadores. Los estudios filmicos tienen la particularidad de ser multidisciplinarios, son un entrecruce entre las ciencias sociales y las humanidades, se ven permeados por disciplinas como la historia, la sociología, la psicología, la antropología, las artes visuales, la semiótica, la estética y la comunicación, de ahí que los aportes de esta investigación para estos campos de conocimiento.

En su aspecto metodológico, sin llegar a ser una réplica, en este trabajo se utiliza el método mixto empleado por Anna María Fernández (2016), quien realizó un estudio similar en la ciudad de Guadalajara, Jalisco, haciendo algunos ajustes a los instrumentos de medición facilitados por la investigadora para adecuarlos al contexto de la ciudad de Monterrey, Nuevo León. Los resultados de ambos estudios podrían dar inicio a una red de investigación.

Las delimitaciones de esta investigación se suscriben a analizar los procesos de recepción de dos películas: *No se aceptan devoluciones* y *Nosotros los Nobles*. Se seleccionaron estas dos películas por considerar que su contenido es pertinente para los propósitos del estudio porque fueron las que obtuvieron el mayor ingreso de taquilla en el 2013, siguen disponibles en diversas plataformas audiovisuales y el público las sigue viendo. Las variables de análisis son las emociones, estados de ánimo e identificación con los personajes que se derivan de los procesos de recepción de espectadores de dos grupos etarios, adultos mayores y jóvenes.



Marco conceptual

Elementos para una aproximación teórica a la recepción cinematográfica

Según Hernández-Santaolalla (2011), en el ámbito literario es reconocido que Hans Robert Hauss fue quien primero se refirió a una Teoría de la Recepción (o Estética de la Recepción) en su conocida conferencia dictada en la Universidad de Constanza en abril de 1967, titulada *La historia literaria como una provocación a la ciencia literaria*, a través de la cual invita a reescribir la historia de la literatura a partir del proceso de recepción de los lectores de las obras, más que sobre las obras en sí mismas.

Hauss, junto a Wolfgang Iser y Hans-George Gadamer, sentaron las bases de un cambio de paradigma en la visión histórica de la literatura, cambio que significó un parteaguas en la concepción de la obra de arte literaria que se descentra de sí misma para enfocarse ahora en la interpretación y significado que le confiere el lector, lo que se realiza en el proceso de recepción. En este sentido, la obra se construye y reconstruye por el lector con base no sólo en las características del texto, sino también del propio lector y su contexto, en otras palabras, de su “horizonte de expectativas”. En estos principios se funda lo que se conoce como teoría de la recepción.

Una de las principales novedades de la teoría de la recepción es la negación de que los textos posean un significado objetivo y unívoco, aquel que le confirió su autor y que permanecerá inalterable a lo largo del tiempo. De esta forma, lo que promueven Jauss y sus colegas teóricos de la Universidad de Constanza es, ante todo, una *rehabilitación del lector* (citado en Hernández-Santaolalla, 2010: 203), pues es éste quien, dependiendo de su situación (horizonte de expectativas), actualizará de una forma, u otra, dichos textos.

La idea del “horizonte de expectativas” nace de las ideas de Hans-Georg Gadamer, pero es Karl Mannheim, sociólogo, quien precisa más el término; éste explica cómo un conjunto de normas estructura el pensamiento de una sociedad en un espacio – tiempo concreto. Este horizonte de expectativas está dividido en dos: la expectativa del autor (fijo) y la del receptor (que cambia conforme las generaciones y cambios sociales), lo que explicaría, en su caso, las diferencias que pudiera haber entre los procesos de recepción fílmica de espectadores de distinto sexo, edad, educación, estrato socio-económico, valores culturales.

Las teorías de la recepción, centradas en los efectos que provoca el consumo cinematográfico, subrayan las diferentes facetas de la experiencia fílmica. Esto se explica así: el significado de un texto no viene impuesto por ninguna instancia, sino que se ajusta en cada caso en una negociación con los marcos de referencia, las motivaciones y la experiencia de la propia persona o receptor; en pocas palabras, el significado del texto es la experiencia de cada lector.



Estos principios, generados primero desde la literatura, sumados luego a las contribuciones provenientes de la semiótica, la sociología, el psicoanálisis y la psicología cognitiva, sentaron las bases para una nascente teoría de la recepción cinematográfica que han contribuido a consagrar, entre otros autores, Umberto Eco, Janet Staiger, Robert Allen y Douglas Gomery, y Lauro Zavala (éste último en México).

Las principales aportaciones de estas contribuciones se pueden resumir en: a) el espectador no existe de modo abstracto, sino que ha de ser considerado en su marco cultural e histórico, es decir, que el espectador es una construcción social; b) el significado del texto depende del contexto social del espectador; c) hay una dialéctica negociadora entre la ideología propuesta por el texto y la propia situación social del espectador; y d) el estudio sobre el consumo de películas ha de ser empírico.

La emoción fílmica

En un análisis de las teorías cinematográficas que abordan el tema de las emociones, Zumalde (2011) señala que no se dispone de una idea consensuada acerca del modo en el que los textos fílmicos activan, promueven y administran la emotividad del espectador, enfatizando que existe una bipolaridad entre las teorías enfocadas al lector y su contexto, y las orientadas sólo al texto.

Entre las primeras están las derivadas de la psicología, desde donde se expone que la emoción es producto de la confluencia de factores físicos y mentales. Plutchik (citado en Zumalde, 2011: 4), menciona que se trata, si se prefiere, de un estado anímico o una experiencia afectiva compleja que comprende cierto estado de conciencia y determinadas reacciones fisiológicas y que las discrepancias entre los expertos son a la hora de calibrar las relaciones y vínculos entre esos factores psicológicos y orgánicos de la emoción.

Por su parte, William James y Carl Lange (citados por Zumalde, 2011), desarrollaron una teoría llamada teoría somática o periférica de las emociones, donde afirmaban que los estímulos provocaban alteraciones fisiológicas en el organismo, de lo que derivaba el estado de conciencia, donde el *timming* de la emoción comprendería dos estadios, uno fisiológico y otro anímico, unidos por una relación causa-efecto.

En otra perspectiva, Walter Cannon y su discípulo Philip Brad (también citados en Zumalde, 2011), afirmaron que la experiencia emocional y la alteración fisiológica no ocurren en una relación causa-efecto, sino que, integrando el papel del sistema nervioso central, en especial del tálamo en las emociones, transformaron el modelo mecánico de James y Lange por uno interactivo, donde



las respuestas física y psicológica se desencadenan simultáneamente y en acción conjunta.

La hipótesis de Cannon-Brad es la más aceptada en la ciencia psicológica hoy en día y se nos ofrece como base operativa para explicar el fenómeno de la emoción estética, asociada a la emoción filmica. Por lo pronto sabemos que esa amalgama de fenómenos psicológicos y respuestas orgánicas es la reacción de nuestro organismo a un estímulo interno o externo, en este caso nos referimos a la película como estímulo en la interacción sujeto con el texto (la película), su lectura e interpretación.

El cognitivismo vino a revolucionar los argumentos de las teorías psicológicas y psicoanalíticas de la época que veían al espectador filmico como un sujeto pasivo, destacando en su lugar el papel activo del espectador y su participación en la decodificación y las experiencias afectivas vinculadas a la visión de las películas: la emoción filmica forma parte de un ciclo combinado de percepción, cognición y acción, lo cual supone un sujeto activo que experimenta un circuito causal que conduce de los mecanismos perceptivos a la respuesta emocional, pasando por el procesado cognitivo.

Greg W. Smith (citado en Zumalde, 2011: 13) resume con bastante precisión las virtudes del enfoque cognitivo cuando afirma que el estudio de las emociones filmicas ha de abordar en extenso todos los mecanismos que la provocan, desde la iluminación a las convenciones de género, pasando por la puesta en escena, la gestualidad de los actores, la gestión de la cámara, el sonido, la música, los recursos narrativos, englobando estos factores o agentes en el concepto de *estilo*, los que provocan las reacciones afectivas en el espectador cinematográfico. A su entender, dice Smith, la película no hace sentir a la gente, sino que les invita a sentir de determinada manera y el espectador puede o no aceptar este ofrecimiento.

Identificación y emociones en la experiencia cinematográfica

En otro orden de ideas, pero también en el contexto de la teoría de la recepción, están las teorías que vinculan las emociones al sentido de identificación, es decir, que el espectador se sienta identificado con alguno de los personajes de una película tiene que ver también con las emociones que éste despierte en él o en ella, como lo señalan Igartúa y Muñiz (2008). En la actualidad existe un amplio consenso al afirmar que la identificación con los personajes (o con los protagonistas, en plural) constituye un concepto central para comprender y explicar los procesos y efectos de las obras de ficción asociadas a un entretenimiento mediático como el que ofrece el cine (Igartúa y Muñiz, 2008).



La identificación con el personaje es un mecanismo en el que las personas experimentan una narración desde dentro, como si lo sucedido en la película les estuviera pasando a ellos. Existen varios conceptos multidimensionales que explican diferentes procesos, entre estos están: empatía emocional, empatía cognitiva, la absorción en el relato y la atracción personal hacia los personajes. Explicando:

1. Empatía emocional: la capacidad de sentir lo que los personajes sienten.
2. Empatía cognitiva: tomar la perspectiva del personaje (ponerse en sus zapatos)
3. La absorción en el relato: la sensación de sentirse el personaje y la pérdida de autoconciencia.
4. La atracción personal hacia los personajes: tiene tres subprocesos que son la valoración positiva, la percepción de similaridad y el hecho de querer ser como los personajes (Igartúa y Muñiz, 2008, p. 34).

La identificación es un proceso imaginativo y no una emoción o actitud. La persona tiene una pérdida de autoconciencia paulatina y el remplazo temporal de la identidad propia por el del personaje. Esta identificación se puede interrumpir cuando el espectador es consciente de sí mismo por situaciones externas, un estímulo o la finalización de la película.

Igartúa y Muñiz (2008) señalan que el entretenimiento mediático balancea de manera positiva el concepto de disfrute, se iguala con la experiencia de estados emocionales placenteros por el consumo de una película determinada. Sin embargo, hay productos de ficción que están diseñados para estimular estados emocionales negativos, como lo serían las películas de terror.

Cine y emociones en Guadalajara: un estudio antecedente

Un estudio relativamente reciente de Anna María Fernández señala que, “cuando salimos de ver una película pensamos y sentimos, revivimos y hablamos, se pudiera decir que todavía danzamos con las frases, las imágenes, la música, los escenarios, los colores...” (Fernández 2016: 532). El cine causa emociones, percepciones e involucra los sentidos, destaca la autora, tiene una habilidad para juntar masas y es un instrumento para el conocimiento de la sociedad, sus reflejos y conductas. Desde la perspectiva de la comunicación crea y recrea, influye y educa, comunica y socializa, mueve y conmueve.



Fernández (2016) llevó a cabo un estudio de la recepción cinematográfica en Guadalajara de dos películas mexicanas que describen ciertas situaciones del país: *El Infierno* (Estrada, 2010) y *Hecho en México* (2012). Su investigación se centró en profundizar en las emociones que despertaron estas dos películas tanto en jóvenes como personas de la tercera edad. Utilizando una técnica mixta, un sondeo preliminar y luego la técnica de los grupos focales, la investigadora trabajó con cuatro grupos durante 2014 y 2015. Primero les aplicó un cuestionario previo al visionado de la película y posterior al visionado realizó un focus group con los dos grupos etarios.

Entre sus resultados encontró que a los mayores les agrada el cine en general y el mexicano en particular, y dicen acudir a las salas donde se proyectan películas mexicanas varias veces al año, las ven también en televisión, video o computadora, los géneros de comedia, el cine social e histórico, romántico y musical, son los que más les agradan.

En el caso de los jóvenes, éstos acostumbran ver películas mexicanas tanto en salas cinematográficas como en los dispositivos electrónicos, y los géneros acción/aventura, social/histórico, suspenso/misterio, comedia y ciencia ficción son los que más aprecian, según declararon.

Entre sus conclusiones, la autora destaca que entre los adultos mayores sobresale la reflexión más profunda, menos automática y lineal, menos ideologizada, más densa y pensada, tamizadas por el conocimiento empírico y las experiencias a lo largo de la vida. En cambio, entre los jóvenes prevalece “la frescura de la inocente sorpresa, la diversidad de interpretaciones, el gusto por lo bueno de la vida, o en ocasiones una ideología hipercrítica enquistada en ocasiones” (Fernández, 2016: 592).

Método y técnicas de trabajo

El presente estudio se llevó a cabo tomando como ejemplo el estudio de Fernández (2016) realizado en Guadalajara, en lo que respecta a la metodología. Es un estudio con un enfoque mixto, utilizando las técnicas de la encuesta y el focus group, el cual se realizó en la ciudad de Monterrey, Nuevo León, durante el semestre enero-junio de 2019 y donde se utilizaron las películas *No se aceptan devoluciones* (Eugenio Derbez, 2013) y *Nosotros los Nobles* (Gary Alazraqui, 2013) para analizar su recepción cinematográfica entre dos grupos etarios, jóvenes y adultos mayores. Se contactó a la investigadora Fernández vía correo electrónico para hacerle saber que se quería realizar una investigación semejante a la realizada por ella, en lo cual estuvo de acuerdo, incluso nos proporcionó los instrumentos que utilizó, los que se adecuaron al contexto de esta investigación (ver Referencias).



Los supuestos de partida propios de esta investigación fueron los siguientes:

- Los jóvenes y adultos mayores experimentan diferentes emociones y estados de ánimo al exponerse al visionado de las películas mexicanas.
- Las personas mayores de edad muestran mayor empatía hacia los personajes de estas películas que los jóvenes.
- Las personas mayores de edad se sienten más identificados con los personajes que los jóvenes.

El universo de estudio fueron dos grupos etarios diferentes, jóvenes y adultos mayores. Los jóvenes de entre 18-25 años y los adultos mayores de entre 55-98 años. La muestra fueron seis grupos, tres de cada rango etario, el tamaño total de la muestra fue de 35 jóvenes y 41 adultos mayores. En ambos grupos etarios se cuidó que hubiera paridad de género. Ambas muestras se seleccionaron de manera discrecional, utilizando el método de “bola de nieve” en el caso de los jóvenes para reunirlos, y con los adultos mayores se recurrió a vecinos y familiares, así como a estancias y asilos para reclutar a los participantes, con autorización de sus cuidadores.

Las técnicas que se emplearon fueron la encuesta y focus group, y los instrumentos un cuestionario inicial, el cual se aplicó antes del visionado de la película, y una guía de preguntas, una grabadora y un diario de campo para documentar la relatoría de los focus group realizados luego de ver la película. Con ayuda de un grupo de estudiantes de 6º semestre de la licenciatura en ciencias de la comunicación, se integraron equipos de trabajo para participar en el proyecto. El estudio se llevó a cabo durante el semestre enero/junio 2019.

Como procedimiento para el trabajo de campo, a tres de los grupos se les aplicó primero un cuestionario previo a la visión de la película *No se aceptan devoluciones* para determinar sus estados de ánimo antes de ver la película, se les exhibió la película y luego se realizó la discusión grupal al finalizar ésta. A los otros tres grupos se les aplicó el mismo procedimiento con la película *Nosotros los Nobles*. Se escogieron estas dos películas por la gran aceptación que han tenido entre el público, como se señaló en la Introducción.

Posterior a la realización del trabajo de campo se hizo la codificación de los cuestionarios previos y se redactaron las transcripciones correspondientes para su ulterior análisis e interpretación y con ello hacer la comparación entre el antes y el después de ver las películas.



Resultados

En total participaron 76 personas en el estudio, 35 jóvenes y 41 adultos. Los adultos provenían de los municipios de Monterrey, Guadalupe, Apodaca, Santa Catarina y Zuazua; los jóvenes eran de los municipios de San Nicolás, Monterrey, Guadalupe, Escobedo, Apodaca, San Pedro. La mayor parte de la muestra era de clase media.

De los jóvenes, 24 dijeron contar con estudios universitarios, uno con estudios técnicos y 10 con bachillerato. De los adultos, sólo 7 dijeron contar con estudios universitarios, 11 con educación primaria, 8 con secundaria, 3 con bachillerato, 7 estudios técnicos, 5 no estudiaron.

Resultados del cuestionario previo a la visión de las películas

Los resultados de la aplicación de los cuestionarios previo a la exhibición de la película fueron los siguientes.

¿Le gusta el cine?

De las 76 personas, sólo tres adultos mayores contestaron que “no”, el resto de los adultos mayores y todos los jóvenes respondieron que “sí”.

¿Cuántas veces va al año a las salas de cine?

Aquí 24 adultos mayores respondieron que de 1 a 5 veces al año, 7 van de 5 a 20 veces, 4 más de 20 veces, 3 nunca y uno no contestó. En el caso de los jóvenes los resultados fueron muy diferentes: 9 van de 1 a 5 veces al año; 12 van de 5 a 20 veces; 16 van más de 20 veces; ninguno contestó no ir nunca.

Siguiendo con otra pregunta donde se evidencia la brecha generacional y como la tecnología ha alcanzado el modo de vida de las personas:

¿Con qué frecuencia acostumbra ver películas en la televisión, videos o computadora en casa?

De los 41 adultos mayores, 13 contestaron que de 1 a 5 ocasiones ven películas en la televisión, videos o computadora en casa; 6 las ven de 5 a 20 veces; 6 más de 20 veces. De los 35 jóvenes, 15 contestaron de 5 a 20 veces por año; 13 más de 20 veces; 6 de 1 a 5 ocasiones y sólo uno contestó que nunca.

¿Qué tipo de películas prefiere?

De los adultos mayores, 15 contestaron que la comedia, 10 de drama, 9 de aventuras, 9 románticas, 6 de terror y 3 de tipo social. Entre los jóvenes, también



el género comedia fue el más recurrente con 13 frecuencias, 9 de aventuras, 7 de drama, 6 románticas y de terror, y 5 de tipo social. Los dos grupos etarios coincidieron en que el tipo de película que prefieren es el de la comedia.

¿Le gusta el cine mexicano?

A esta pregunta contestaron que “sí” 38 de los adultos mayores y 26 de los jóvenes.

¿Cómo se siente usted como mexicano?

Esta pregunta era abierta. Entre los adultos mayores predominaron los sentimientos de “orgulloso”, “feliz”, “contento”, y en menor medida “decepcionado” y “defraudado”. Entre los jóvenes también predominó el sentimiento de “orgulloso”, y pocos contestaron “me da igual”.

¿Cuál diría que es su estado de ánimo hoy?

Las opciones de respuesta eran “positivo”, “negativo”, “ni positivo ni negativo”. De los adultos mayores, 34 contestaron que se sentían “positivos”, sólo 3 dijeron que “negativos”. Entre los jóvenes, 22 contestaron que “positivos” y 7 que “negativos”.

¿Qué emoción experimenta más habitualmente en su vida?

Entre los adultos mayores, 29 dijeron que “alegría”, 7 “afecto/amor”, 2 “tristeza”, 2 “miedo”, y solo uno “enojo”; 18 de los jóvenes dijeron que “alegría”, 10 contestaron que “afecto/amor”, 4 “enojo”, 2 “miedo” y sólo uno “tristeza”. Otra respuesta interesante, donde se constata la diferencia entre adultos mayores y jóvenes, los adultos mayores experimentan más alegría que los jóvenes.

¿Tiene esperanza de que el futuro para México sea mejor que ahora?

27 de los adultos mayores piensa que “va a ser mejor que ahora”, 8 que “va a ser igual” y 6 “peor que ahora”. Entre los jóvenes hay menos esperanza, 16 contestaron que “va a ser igual que ahora”, 11 “mejor” y 8 “peor”.

¿Cuáles son los principales problemas que enfrenta México actualmente?

Aquí las opciones de respuesta no eran excluyentes, los participantes podían contestar más de una opción. Para 24 de los adultos mayores fue la “inseguridad”, 16 contestaron que la “economía”, 13 la “corrupción”, 3 la “educación” y uno “otros”. De los jóvenes, 25 dijeron que la “corrupción”, 19 la “inseguridad”, 6 la “educación”, 4 la “economía”, y 8 mencionaron “otros”. Aquí vemos diferencias en la percepción y jerarquización de los problemas que aquejan al país,



mientras que más de la mitad de los adultos mayores contestaron que es la “inseguridad”, para los jóvenes es la “corrupción”.

Resultados de los focus group

Nosotros los Nobles

Sinopsis: es una película (género comedia) mexicana, dirigida por Gary Alazraqui y escrita por los guionistas Adrián Zurita y Patricio Saiz.

Tres jóvenes viven mimados junto a su padre, un rico empresario, pero no pueden acceder a la fortuna familiar y son obligados a buscar trabajo. Cuando Germán Noble (Gonzalo Vega), el padre, se da cuenta que los haraganes de sus hijos, Javi (Luis Gerardo Méndez), Bárbara (Karla Souza) y Charlie (Juan Pablo Gil), están tirando sus vidas por la borda, decide fingir la quiebra de su empresa para darles una lección, haciéndoles creer que todas sus propiedades fueron embargadas: los deja sin coches, celulares y tarjetas de crédito, los lleva a vivir a un vecindario pobre, los hace cambiarse de apellido y cortar contacto con todos sus amigos para salir adelante haciendo algo que ninguno de ellos había hecho antes... trabajar. Será bajo esas condiciones donde los hijos de Germán aprenderán cuál es su valor sin un apellido, fortuna y posición social. Mientras que el propio Germán aprenderá una lección: su error no fue educar a sus hijos con mano suave, sino que prefirió ser empresario que ser papá.

Adultos mayores

A continuación se presentan los resultados del grupo de discusión de los adultos mayores a quienes se les expuso al visionado de la película *Nosotros los nobles*. Se hizo una selección de las respuestas más significativas para el propósito del estudio.

¿Les gustó la película?

Sí, fue una película con mucho mensaje (Adelina.)

Sí, porque es una muestra de valores familiares que al paso del tiempo se degradan (Gilberto).

¿Cómo se sienten después de haber visto la película?

Bien, porque en la historia se rescatan muchos valores (Elsa).

Contentos de ver una película con muy bonito mensaje de la familia, aunque hay hijos que los padres todavía los están manteniendo en lugar de ponerse a trabajar (Adelina).

Así es la vida, cuando los hijos crecen, los padres aprendemos de ustedes, al final del día todos aprendemos lecciones a través de fracasos y triunfos (Martín).



¿Qué emociones sienten después de ver la película?

Alegría (Roberto).

Alegría (Delia).

Yo sentí mucha emoción, es una película que refleja las cosas de la vida (Socorro).

De todo un poco, son unos sentimientos encontrados, pero muy bonitos de la película (Ramiro).

¿Qué emociones eran las más intensas mientras veían la película?

Enojo cuando a mediados de la película el personaje de Peter quiso extorsionar al padre (Pilar).

Enojo por el tema de acoso sexual laboral (Gilberto).

Sentí enojo cuando la mujer se aprovecha del muchacho (Roberto).

¿Cuál es su estado de ánimo después de ver la película?

Me hace recordar toda mi vida después de ver la película, alegría y un poco de tristeza porque no valoramos nada (Juan Manuel).

Tuvo un impacto positivo (Regino).

Me sentí reflexivo, por la problemática que pasaba de la familia (Sergio).

Los padres deben de enseñar a los hijos a no darles todo a manos llenas, a ganarse sus propias cosas y a respetar lo que tienen (Juany).

¿Cómo se siente como mexicana después de haber visto la película?

Me vi reflejada en la historia, en mi familia somos muchísimos y nos inculcaron a ganarnos nuestras propias cosas (Ana).

Me siento bien como mexicana, ser correctos humildes y trabajadores son las enseñanzas que los padres deben de darles a los hijos (Francisca).

Equivocarse es parte de crecer y así se aprende (Martín).

¿Se siente identificado con algún personaje?

Me sentí identificado con el papá (Martín).

Me sentí identificado tanto con el padre como con los hijos (Roberto).

Con los jóvenes que saben mucho y un poco a la vez (Adelina).



¿La película les ha hecho reflexionar sobre un tema en particular? ¿Qué tema o temas?

Fue una experiencia idónea, no debemos darle todo a los hijos, debemos saber darles con medida y hacerlos hombres de bien (Pilar).

A los hijos que enseñaron a trabajar y a respetar, en México no hay valores porque muchos de los jóvenes de hoy, no respetan a sus mayores (Roberto).

¿Qué valores enseña la película?

Valoremos mucho o poco lo que tenemos y lo que nuestros padres hacen por nosotros (Delia).

El valor más grande fue la solidaridad (Ana).

Tenemos que portarnos bien con los demás y no andar deseando lo que no es de uno, amor, respeto. La gente que gobierna ya no respetan a nadie, ya no hay respeto, se pone a decir que no son letrados y que esto y que el otro en lugar de decir cómo vamos a resolver todo (Adelina).

¿Cuál es el mensaje que la película transmite sobre el país?

Nos plantearon un México con esperanza (Sergio).

Todavía hay gente buena a pesar de todo (Juany).

Quiere que el país se levante un poco o mucho (Socorro).

Estos problemas vienen corriendo muchas generaciones atrás, no es algo nuevo (Gilberto).

A quienes les va servir a las nuevas generaciones (Roberto).

Jóvenes

¿Les gustó la película?

Sí, es una idea muy original (Leyva).

Refleja el ámbito social que se presenta en México (Luis)

Y que buena onda que sea mexicana porque siempre son mejores las películas extranjeras existen mexicanas y están bien feas (Adlemi).

¿Cómo se siente después de haber visto la película?

[Todas las personas del grupo coincidieron con el mismo sentimiento, de estar bien después de ver la película].

¿Qué emociones sienten después de ver la película?

Afecto (Mariana).



¿Qué emociones eran las más intensas mientras veía la película?

Todas las personas del grupo coincidieron con el mismo sentimiento, de alegría.

¿Cuál es su estado de ánimo actual?

Todas las personas del grupo coincidieron con el mismo sentimiento, positivo.

¿Cómo se siente como mexicana al haber visto la película?

No creo que afecte mucho en la cultura (Leyva).

Yo creo que no lo vemos tan marcado porque ninguno percibe ingresos súper altos como los de la película (Adlemi)

¿Se siente identificado con algún personaje?

Creo que con todos o sea te cuentan muy bien la historia de todos y pues te lo relatan de una manera que hacer que les tengas cierto aprecio a los personajes (Leyva).

¿Qué valores enseña la película?

Responsabilidad. (Oscar).

Perseverancia (Adlemi)

Creo que la honestidad (Cynthia)

Mentira (Adlemi)

Inocencia (Luis).

¿Cuál es el mensaje que la película transmite sobre el país?

No habla tanto de México, te muestra como dos caras ¿No? O sea no es México como tal, los ricos y los pobres (Adlemi).

Transmitir humildad y perseverancia. (Luis).

No se aceptan devoluciones

Sinopsis de la película: *No se aceptan devoluciones* es una película mexicana de comedia dramática, protagonizada, co-escrita y dirigida por el actor y comediante mexicano, Eugenio Derbez. Valentín (Eugenio Derbez) es el soltero más mujeriego de Acapulco, hasta que un día, una mujer de su pasado deja un bebé en su puerta y desaparece. Valentín decide ir a Los Ángeles en su búsqueda, pero en vez de encontrar a la madre, encuentra un hogar para él y su hija Maggie (Loreto Peralta). Siendo un papá sin experiencia, educa a Maggie y a la vez se establece como uno de los mejores especialistas de Hollywood, con su hija como su mayor admiradora. Mientras ella crece, Valentín también se ve obligado a madurar,



convirtiéndose en un verdadero hombre. Pero cuando la niña cumple 7 años y aparece la madre biológica de Maggie, Valentín se da cuenta de que está a punto de perder a su única familia y a su mejor amiga, su hija.

Adultos mayores

¿Les gustó la película?

Hay algunos valores que no se pierden, en ese caso me gusta que dice que el amor se gana. No necesariamente de padres a hijos, o sea que el hecho de que las personas hagan eso te hacen soberano (Nelly).

A mí me gustó mucho. Tiene muy bonito mensaje de amor (Rosy).

¿Cómo se sienten después de haber visto la película?

Pues bien, nomás no me gustó cuando se murió la niña [llora] (Eugenia).

No me gustó la parte en inglés (Víctor).

Más o menos, con sentimientos encontrados (Humberto).

¿Qué emociones sienten después de ver la película?

Pues tristeza después de ver la película (Rosy).

Algo de tristeza y alegría a la vez (Humberto).

Si estaba divertida pero el contenido más que nada y ya al final lo que te va dejando es el mensaje (Nelly).

¿Qué emociones eran las más intensas mientras veía la película?

Pues alegría y después ya tristeza (Paty).

Tristeza y enojo. Tristeza porque se murió la niña y enojo porque se la quería quitar a la niña (Coco).

Enojo (Elva).

¿Cuál es su estado de ánimo actual?

El grupo coincidió que se sentía positivo.

¿Cómo se sienten como mexicanos al haber visto la película?

Yo satisfecha, de saber que sí se pueden hacer bien las cosas porque casi siempre predomina lo negativo y lo bueno o lo positivo pocas veces se da a conocer. Se resalta lo bueno (Rosy).

Me siento triste de ver que los mexicanos emigran a otros países para salir adelante (Félix).



Me siento identificado porque los mexicanos logramos mucho con nuestro esfuerzo (Humberto).

¿Se siente identificado con algún personaje?

Con Valentín, porque para mí la familia es muy importante (Félix).

Yo sí, con Eugenio Derbez, porque mis hijas para mí son todo. Es que uno haría cualquier cosa por los hijos. Lo mismo que haría él, yo creo que así (Rosy).

¿Qué valores enseña la película?

Responsabilidad (Carmina).

La responsabilidad e irresponsabilidad también (Elva).

El amor (Mary).

La fe, alegría, amor (Humberto).

La justicia (Eugenia).

Honestidad, amor, responsabilidad (Félix).

¿Cuál es el mensaje que la película transmite sobre el país?

Pues es positivo por la zona donde se filmó la película, un lugar en la playa para atraer más turismo y que te puedes ir de raid con un trailerero (Víctor).

Jóvenes

¿Les gustó la película?

Sí, porque es como una lección de vida (Lorena).

Me resultó una buena película, está muy interesante (Claudia).

Para mí es una buena película por el guión, no es un guión común donde te dan lo que esperas ¿no?, sino que sí tiene un cambio en la trama, un plot twist bueno (Sujeto 4)³.

Nos enseña cómo enfrentar la vida (Regina).

Nos enseña todas las oportunidades que nos da la vida (Samantha).

A mí me gustó mucho porque propone ideas nuevas al cine mexicano (Ángel).

Mi opinión acerca de la película es que me gusta mucho porque te hace como, no tengo palabras la verdad, este, me gustó porque no te esperas el final de la película, vaya (Karen).

³ En este grupo algunos de los participantes jóvenes pidieron que no se mencionaran sus nombres en el estudio, por lo que se identifican como Sujeto #.



Es muy emotiva la película (Camila).

Habla sobre las responsabilidades (Ángel).

¿Cómo se sienten después de haber visto la película?

En una palabra, amoroso (Bryan).

Indiferente (Hugo).

Pues sensible (Sujeto 4).

Me siento agradecido (Sujeto 5).

Sensible (Tere).

Sí, conmovida (Dany).

Pensativo (Jorge).

Nostálgica (Lorena).

¿Qué emociones sienten después de ver la película?

Alegría (Tere).

Alegría (Andrea).

Un poco de tristeza (Dany).

Tristeza y nostalgia (Ángel).

Tristeza (Jessica).

Tristeza (Camila).

Tristeza con algo de felicidad (Jorge).

Nostalgia (Tony).

Amor (Diana).

Alegría (Sujeto 4).

¿Qué emociones eran las más intensas mientras veía la película?

Sentido de paternidad (Ángel).

Enojo (Claudia).

Más que nada nostalgia (Karen).

Alegría (Regina).



¿Cuál es su estado de ánimo actual?

Neutral (Andrea).

Pensativa (Lorena).

Pensativa y conforme (Samantha).

Reflexivo (Jorge).

Ni una ni la otra, no me dejó nada. Porque realmente es una película que no me deja nada, y creo que tampoco nada dentro de la cinematografía mexicana (Hugo).

Súper positivo porque me hace pensar mejor las cosas y recapacitar otras (Bryan).

Pues yo me siento, así como negativo, pues te pones a pensar en “qué miedo, te puedes morir siendo niño, se te va la vida así” (Sujeto 3).

¿Cómo se sienten como mexicanos al haber visto la película?

Indiferente (Claudia).

Me siento orgulloso, porque Eugenio Derbez fue el productor y, pues la verdad ésta muy buena, o sea, aparte de que está bonita creo que es buena historia y la puede ver cualquier persona, no nada más un mexicano (Bryan).

Me da gusto que el cine mexicano comience a romper barreras y toque lugares como Estados Unidos para crear un nuevo mercado cinematográfico en el mundo y México sea parte de él (Tony).

No manches, me van a odiar todos. Me siento avergonzado de que se siga haciendo este tipo de cine marca televisiva y todo esto, pero también me siento un poco más enojado con que la audiencia siga prefiriendo ver este tipo de películas y no buscar otras alternativas del cine mexicano como La Región Salvaje que salió hace poco. De que hay buen cine mexicano hay buen cine, pero también nos dan lo que la audiencia pide y lo que la audiencia más pide es este tipo de películas de comedias o dramas maratones tipo Televisa y así (Hugo).

Pues me siento bien porque representa los valores esenciales como es la familia (Sujeto 3).

Triste y confundida (Dany).

Orgullosa (Ana).

¿Se sienten identificados con algún personaje?

Con Valentín, ya que yo veo la vida como la ve él (Jorge).

Un poco con Eugenio Derbez y tal vez cuando éramos niños nos identificaríamos con la niña que todo lo ve color rosa (Dany).

No, porque no me siento identificado con ninguno, todos son distintos a mi personalidad (Ángel).



Yo creo que con Eugenio Derbez, porque demostró todo el amor que le tiene a su hija (Diana).

No, porque son personajes muy estereotipados (Hugo).

¿La película les ha hecho reflexionar sobre un tema en particular? ¿Qué tema o temas? ¿Qué han pensado sobre el tema?

Sí, obviamente la paternidad, pues que no todos estamos listos para eso, y no es algo que se tome a la ligera (Bryan).

Sí, el sacrificio que hacen todos sus padres para que sus hijos estén bien, lleven una vida muy digna, pese a cualquier obstáculo o a los que ellos se puedan enfrentar (Sujeto 4).

Sobre la vida (Camila).

Vivir los días como si fueran el último (Dany).

Relación entre padre e hija (Tere).

¿Qué valores enseña la película?

El amor, la solidaridad, el ser persistente, el trabajo (Tere).

La responsabilidad porque el personaje de Eugenio Derbez era una persona muy irresponsable y fue agarrando responsabilidad conforme la película (Brayan).

Antivalor sería la irresponsabilidad de la madre (Karen).

Antivalores podría ser el egoísmo y valor podría ser la empatía (Dany).

¿Cuál es el mensaje que la película transmite sobre el país?

Considero que es un mensaje positivo, porque pinta al mexicano como un ser humano muy responsable en cuanto a lo social, o sea que hace que vea al mexicano como una persona muy bondadosa y muy flexible (Sujeto 4).

Muestra la forma de vivir del mexicano (Tere).

El paso a la frontera, que es parte de la cultura del mexicano (Dany).

Discusión

De entrada, como resultado del cuestionario de inicio, encontramos que tanto los adultos mayores como los jóvenes mostraron un ánimo positivo al empezar a sesión; los adultos mayores se sentían más alegres que los jóvenes; los jóvenes asistían con mayor frecuencia a las salas de cine, mientras los adultos mayores acostumbran a ver las películas por televisión; los adultos mayores dijeron tener más esperanza de que el futuro del país, mientras los jóvenes se mostraron más escépticos; a los adultos mayores les gustan más las películas mexicanas que a los jóvenes; para los adultos mayores el mayor problema que enfrenta México



actualmente es la inseguridad, mientras que los jóvenes dijeron que la corrupción; como vemos, son dos visiones distintas de país. En lo que sí coincidieron ambos grupos fue en el género de películas que más les gusta: la comedia.

En los resultados de los *focus groups* observamos coincidencias en algunos aspectos entre los dos grupos etarios, pero en otros se observaron interesantes contrastes. Por ejemplo, en el caso de los adultos mayores encontramos que algunos expresaron emociones como la alegría y el enojo ante la situación que vivían los personajes de la película *Nosotros los Nobles*, otros se sintieron identificados con el personaje del padre, algo semejante a la empatía cognitiva, emotiva y la atracción hacia el personaje de los que hablan Igartúa y Muñiz (2008).

Por otra parte, algunos de los adultos mayores también expresaron encontrar valores en el mensaje de la película, como el valor de la familia, el respeto, la solidaridad. En general sus emociones fueron positivas, profundas y reflexivas.

En cuanto a los jóvenes, éstos coincidieron en que sintieron también alegría al ver esta película y al preguntarles acerca de si se habían identificado con alguno de los personajes sólo uno de los participantes señaló:

Creo que con todos o sea te cuentan muy bien la historia de todos y pues te lo relatan de una manera que hacen que les tengas cierto aprecio a los personajes (Leyva).

Sin ser más específicos con cuál personaje. En cuanto a los valores que transmite como mensaje la película, mencionaron la responsabilidad, la honestidad, la perseverancia, observando con esto la distinta percepción que hubo sobre este tema entre los jóvenes y los adultos mayores, diferencias atribuibles tal vez al “horizonte de expectativas” (en palabras de Gadamer) y experiencias de vida de cada grupo etario.

Ahora bien, con la película *No se aceptan devoluciones* encontramos más semejanzas que diferencias entre los grupos etarios, con respecto a las emociones que les provocó su visionado y si encontraron elementos de identidad. Los adultos mayores expresaron haber sentido alegría, tristeza, enojo, identificándose algunos, como Félix, con el personaje del padre en la película: *Me sentí identificado con Valentín, porque para mí la familia es muy importante*; y Rosi, otra participante adulta mayor, quien expresó: *Es que uno haría cualquier cosa por los hijos. Lo mismo que haría él, yo creo que así*, lo cual de nuevo nos habla de la empatía cognitiva y emocional citadas por Igartúa y Muñiz (2008). En cuanto a los valores que enseña la película, mencionaron la responsabilidad, la fe, el amor, la justicia y la honestidad.



De manera interesante, los jóvenes fueron más expresivos con respecto al porqué les gustó esta película, donde observamos declaraciones como: *Es una lección de vida; es una buena película, está muy interesante; nos enseña cómo enfrentar la vida; es muy emotiva la película*; incluso expresiones más enfocadas a la producción, como: *me gustó mucho porque propone ideas nuevas al cine mexicano*.

Acerca de las emociones que mencionaron les provocó la película encontramos coincidencias con las de los adultos mayores, cuando mencionaron la alegría, la tristeza y la nostalgia. Esto de la nostalgia es interesante, ya que fue mencionada como respuesta a tres preguntas vinculadas con las emociones, lo cual llama la atención viniendo de los jóvenes. Uno pensaría que son los adultos mayores quienes en un momento dado pudieran experimentar nostalgia ante un estímulo que remueve su memoria, sin embargo, casi no lo mencionaron.

En cuanto a si los jóvenes encontraron identificación con alguno de los personajes, tres de ellos mencionaron que con el personaje del padre (Valentín), pero dos mencionaron no haberla encontrado. En cuanto a los valores que transmite la película, coincidieron con las visiones de los adultos mayores, mencionaron la responsabilidad, la solidaridad, el amor.

¿Cómo se sintieron como mexicanos al ver las dos películas? Los adultos mayores tuvieron expresiones de mayor empatía hacia las situaciones que vivían los personajes y que atribuyen a las condiciones del país; entre los jóvenes, mientras unos dijeron sentirse orgullosos por las películas, otros expresaron lo contrario, criticando el que, según ellos, se hagan este tipo de películas mexicanas.

Ahora bien, contrastando estos resultados con los supuestos de partida que se mencionaron en la metodología de este estudio, no podemos afirmar de manera contundente que los jóvenes y adultos mayores experimenten diferentes emociones y estados de ánimo al exponerse al visionado de las películas mexicanas, por lo que el supuesto no se comprobó del todo. La evidencia nos muestra que, si bien hubo algunas diferencias, fueron más las similitudes en las emociones que provocaron las películas entre los dos grupos etarios.

En cuando a que las personas mayores de edad muestran mayor empatía hacia los personajes de estas películas que los jóvenes, encontramos que esto sí se comprobó, al ver que los adultos mayores mostraron una mayor empatía hacia los personajes que los jóvenes.

Las personas mayores de edad se sienten más identificados con los personajes que los jóvenes era el tercer supuesto de partida, con la evidencia obtenida podemos aseverar que este supuesto sí se comprobó también, porque en las res-



puestas de los adultos mayores encontramos respuestas más uniformes respecto a sentirse identificados con los personajes, mientras que entre los jóvenes eran más ambivalentes.

Conclusiones

En general podemos concluir que, al igual que en el estudio realizado por Fernández (2016) en Guadalajara, los adultos mayores fueron más reflexivos al expresar las emociones que las películas despertaron en ellos, mostraron una mayor empatía hacia las situaciones que vivían los personajes y lograron identificarse más con éstos, tal vez sea por la experiencia que tienen lo que los hace más empáticos con ciertas situaciones ajenas y es por lo que se identifican más con los personajes que los jóvenes, porque han pasado por circunstancias similares que los han hecho aprender y salir adelante, sin embargo, los jóvenes aun van por el camino entendiendo ciertas cosas y todavía no logran tener esa visión, ese “horizonte de expectativas” que marca los procesos de recepción filmica de los adultos mayores. Sin embargo, entre los jóvenes, si bien expresaron respuestas más contradictorias entre sí, en algunos de ellos logramos descubrir que estas dos películas mexicanas despertaron en algunos de ellos emociones intensas, incluso sorprendentes como la nostalgia, la cual se hubiera esperado más entre los adultos mayores.

Por otra parte, los adultos mayores tienen una mejor opinión de las nuevas películas mexicanas, mientras entre los jóvenes sus opiniones fueron más divididas; unos las elogiaban, otros las criticaban de manera muy negativa.

Entre las reflexiones finales consideramos que las aportaciones empíricas de este estudio al campo de los estudios filmicos, particularmente al de los estudios de recepción cinematográfica, con un enfoque hacia variables como las emociones, estados de ánimo y procesos de identidad que experimenta el espectador ante el visionado de los films, puede servir de insumo para que estudios similares se realicen en otros contextos, siguiendo la línea de investigación que nos compartió Fernández (2016), ya que este tipo de estudios es escaso, sobre todo en el territorio mexicano. Sería interesante desarrollar toda una red de investigación sobre este tema no sólo a nivel nacional, sino internacional.

Como implicación práctica, los resultados de esta investigación pueden ser de utilidad no sólo para quienes están detrás de la exhibición y distribución cinematográficas, sino también para los cineastas, que conozcan más acerca de las emociones que experimentan los espectadores que se exponen a sus productos simbólicos y con ello tengan un mayor acercamiento a sus públicos, que quienes están detrás de la definición de políticas públicas para apoyar nuestro cine tengan también elementos de juicio para la toma de decisiones en la elaboración de pro-



puestas e iniciativas que impulsen al cine mexicano para su consolidación como patrimonio nacional y cultural.

Nuevas generaciones de públicos tanto en el país como en el extranjero están viendo películas mexicanas, llenan las salas de cine y con ello impulsan a una industria que tiene una gran incidencia en la formación, preservación y promoción de la cultura e identidad mexicanas, pero también en la configuración de nuevos públicos globales.

Colofón

Habrà que ver cómo evoluciona en este 2021 no sólo la industria cinematográfica mexicana, sino también el mercado cinematográfico mundial ante el embate de la pandemia del COVID-19 que está cimbrando las estructuras económicas, políticas y sociales de todos los países del mundo, afectando incluso los modos en que tenemos acceso y disfrutamos de bienes culturales como el cine. Tendremos que investigar el cine *post* COVID-19. ∞



Referencias

- ANUARIO ESTADÍSTICO DEL CINE MEXICANO 2019. CDMX: Secretaría de Cultura/IMCINE.
- FERNÁNDEZ, ANA MARÍA (2016). México, cine, emociones y... *Razón y Palabra*, 20 (93), pp. 531-599. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199545660033>
- HERNÁNDEZ-SANTAOLALLA, VÍCTOR (2010). De la Escuela de Constanza a la Teoría de la Recepción Cinematográfica: un viaje de ida y vuelta. *FRAME*, 6, 196-218. Disponible en: <http://fama2.us.es/fco/frame/frame6/estudios/1.10.pdf>
- AUTOR (2018). Nueva época de oro para el cine mexicano: una mirada local en el horizonte mundial del mercado cinematográfico. *Palabra Clave*, 22(3), e2235. DOI: <http://doi.org/10.5294/pacla.2019.22.3.5>
- IGARTÚA, JUAN JOSÉ y MUÑIZ, CARLOS (2008). Identificación con los personajes y disfrute ante largometrajes de ficción. Una investigación empírica. *Comunicación y Sociedad*, 21 (1), 25-52. Disponible en: https://www.researchgate.net/publication/260601149_Identificacion_con_los_personajes_y_disfrute_ante_largometrajes_de_ficcion_Una_investigacion_empirica
- ZUMALDE, IMANOL (2011). La emoción fílmica. Un análisis comparativo de las teorías cinematográficas. *Revista Latina de Comunicación Social*, 66, 326-349. DOI: 10.4185/RLCS-66-2011-936-326-349.

