

---

## Un siglo de ir al cine

Urbanidad y diferenciación social en la Ciudad de México

**Ana Rosas Mantecón**

---



**Edição electrónica**

URL: <http://journals.openedition.org/pontourbe/3110>

DOI: 10.4000/pontourbe.3110

ISSN: 1981-3341

**Editora**

Núcleo de Antropologia Urbana da Universidade de São Paulo

**Refêrencia eletrónica**

Ana Rosas Mantecón, « Un siglo de ir al cine », *Ponto Urbe* [Online], 18 | 2016, posto online no dia 31 julho 2016, consultado o 05 maio 2019. URL : <http://journals.openedition.org/pontourbe/3110> ; DOI : 10.4000/pontourbe.3110

---

Este documento foi criado de forma automática no dia 5 Maio 2019.

© NAU

---

# Un siglo de ir al cine

Urbanidad y diferenciación social en la Ciudad de México

Ana Rosas Mantecón

---

- 1 Escribió Néstor García Canclini, a propósito de las diferentes escalas de observación de los fenómenos urbanos en las ciencias sociales, que el antropólogo llega a la ciudad a pie, el sociólogo en auto y el comunicólogo en avión (García Canclini 1990:16). Yo logré arribar al análisis de la Ciudad de México a través del cine. No fue una ruta sencilla: los estudios sobre cine se concentran mayoritariamente en las películas, las estrellas cinematográficas, en la industria, en menor medida en los espacios de exhibición, pero muy pocos voltean hacia el otro lado de la pantalla: los públicos y el entorno espacial que los rodea. Y sin embargo para mí era evidente que la Ciudad de México no podía entenderse sin sus salas de cine.
- 2 No se trataba sólo de mi historia personal: el lugar clave para la conexión con el mundo exterior a través de la única sala del pueblo en el cual viví mi infancia, las oportunidades para la sociabilidad adolescente una vez que nos mudamos a la ciudad capital, los espacios de formación, de cuestionamiento social y de conformación de nuevas pertenencias de los cineclubes universitarios y las salas de arte, y el reinicio del ciclo vital con el cine una vez que tuve mi propia familia.
- 3 Mi integración al Grupo de Cultura Urbana como antropóloga investigadora fue facilitando la conexión entre mis intereses sobre los públicos de cine con el entorno urbano. A inicios de los años noventa, insatisfechos con los acercamientos al fenómeno urbano realizados por demógrafos, economistas y sociólogos, los cuales dejaban fuera los aspectos culturales, la experiencia cotidiana del habitar y las representaciones que los habitantes nos hacemos de las ciudades, Néstor García Canclini convocó a un equipo de estudiosos a explorar el papel reestructurador de los medios y sus consumos en el desarrollo de la ciudad. ‘El consumo cultural en México’ (García Canclini 1993) da cuenta del esfuerzo interpretativo de conjunto de una encuesta aplicada en la Ciudad de México sobre prácticas culturales y usos del espacio público.
- 4 Un estudio casi simultáneo, “Los nuevos espectadores. Cine, televisión y video en México” (García Canclini 1994), nos permitió expandir el análisis de los consumos audiovisuales de

la ciudad capital, al plantear una visión comparada de diversos contextos urbanos del país (Distrito Federal, Tijuana, Mérida y Guadalajara). Abordamos el conocimiento de las repercusiones de la recomposición del mundo audiovisual, confrontando las ofertas culturales, sus divergentes ubicaciones en el territorio de las urbes estudiadas y sus dispositivos de comunicación, con los modos de recepción y apropiación de públicos heterogéneos. Más de una década después, pude profundizar en el análisis de la crisis de la exhibición tradicional y la expansión del modelo estadounidense vinculado a los centros comerciales en el contexto del desarrollo económico global y su articulación con los cambios de la ciudad al trabajar conjuntamente con Cuauhtémoc Ochoa (“Cines y ciudad: inclusión, segregación y fragmentación urbana”, escrito en el 2007).

- 5 La investigación que presento a continuación busca explorar en otro sentido la relación cine-ciudad, tomando como ejes del análisis el anonimato, los usos espacio público y la diferenciación social en el acceso. Mostraré las maneras diversas en las que las salas de cine se convirtieron en espacios clave para la desacralización de los espacios públicos y su conversión en puntales de la modernidad, permitieron el encuentro de los nacientes urbanitas, les proporcionaron códigos y ocasiones para experimentar el reconocimiento de los otros -desconocidos y anónimos, así como para el ejercicio de la sociabilidad; evidenciaron las heridas en la convivencia pública provocadas por la expansión desbocada y desigual, así como la crisis del corporativismo; por último, favorecieron nuevas formas de convivencia colectiva en los albores del siglo XXI.
- 6 Ir al cine entraña mucho más que ver una película. Se trata de una práctica de consumo cultural a través de la cual nos relacionamos con un filme, pero también con otras personas y con el espacio circundante. Las prácticas de relación con los bienes y servicios culturales son también *modos de estar juntos* y debemos explicar cómo se conectan con otras formas de estar juntos en el entorno social. No es suficiente señalar que las prácticas de consumo cultural facilitan la sociabilidad, entendida como la disposición a establecer diferentes formas de relaciones sociales. Estas formas varían histórica y contextualmente. Como ha señalado Todorov “así como la capacidad de hablar es universal y constitutiva de la humanidad mientras que las lenguas son diversas, la sociabilidad es universal, pero no sus formas” (Todorov 1995:128). Las ofertas culturales no son canales neutrales que sirven sólo para transmitir información y contenido simbólico a los públicos, sin alterar sus relaciones con los otros. A Harold Innis y Marshall McLuhan corresponde el crédito de haber vislumbrado como, más allá del *contenido* específico de los mensajes que transmiten (si bien en ocasiones también en relación con este contenido), cada medio de comunicación pauta formas de interacción con él y en torno a él, modificando los modos de experiencia en las sociedades modernas. John B. Thompson propone hacer extensivo su planteamiento al conjunto de las ofertas culturales, las cuales organizan sus actividades social, espacial y temporalmente, intersectándose de maneras complejas con otros aspectos rutinarios de la vida diaria y al hacerlo

*posibilitan* nuevas formas de interacción social, modifican o socavan las viejas formas de interacción, crean nuevos focos y nuevas sedes para la acción y la interacción, y en consecuencia sirven para reestructurar las relaciones sociales existentes y las instituciones y organizaciones de las cuales forman parte (Thompson 1992: 249).

## Y comienza el *ciclo Lumière*

- 7 Sabemos por las crónicas periodísticas y el crecimiento vertiginoso de los espacios de exhibición, que el cinematógrafo cautivó a la población desde su llegada a la Ciudad de México en agosto de 1896. Aunque el espectáculo cinematográfico convocó inicialmente a las familias acomodadas, muy pronto todos fueron convidados. Primero gozó el cinematógrafo quien pudo pagar cincuenta centavos por una *tanda*<sup>1</sup> de ocho *vistas*<sup>2</sup> o un peso por un programa de doce. En pocos meses inició su popularización porque la competencia hizo bajar los precios y porque los locales de proyección se fueron diversificando: algunos eran permanentes, otros “de medio pelo”, así como carpas y “jacalones” -construcciones rústicas de madera, lámina y lona- donde el precio de entrada era aún menor (De los Reyes 1981:31). Existían también proyecciones gratuitas al aire libre, como la de una compañía de cigarros que con fines promocionales, convocaba al “gentío pobre, popular, de ‘los bajos fondos’...” e incluso a sectores acomodados (Luis G. Urbina, citado por Miquel, 1992a:9, “Cines de ayer y de hoy”, por José Bretón, *Anuario de El Cine Gráfico*, 1942-1943: 460).
- 8 Nació el público de cine, una audiencia multisectorial que era atraída por una misma oferta en espacios que no estaban aun claramente diferenciados de otros espectáculos, convirtiéndose en la segunda oferta cultural que abrió sus puertas a todos los sectores, aunque con un carácter mucho más masivo que el del teatro por *tandas* que había expandido sus puestas en escena fragmentadas a los públicos de menores recursos en 1880. Los sectores acomodados mostraron muy pronto reticencia a codearse con otros sectores, por lo que exigían funciones “de gala” (Miquel, 1992a:8; ver también De los Reyes 1993:25). De hecho, la propaganda de ciertas salas anunciaba que en ellos se prohibía la entrada “a toda persona que no estime conveniente” y no había “mezcolanza, como ocurre en la mayoría de los cinematógrafos” (De los Reyes 1977:49). No obstante las presiones, factores demográficos, sociales y económicos fueron alentando la permanencia del cine como espectáculo urbano multclasista. Contra las pretensiones exclusivistas de dichos sectores operó el mercado. Es significativo al respecto el caso del cine *Olimpia* que, tras sus inicios aristocráticos en 1921, debió popularizarse para sobrevivir. Luego de haberse dirigido originalmente a “las familias más selectas” de la sociedad capitalina, tan sólo dos años después de su inauguración tuvo que abrir sus puertas a los demás grupos sociales para poder enfrentar severas crisis financieras. Como apunta Aurelio de los Reyes, quien estudió con profundidad el caso, la realidad mexicana mostraba que “el *Olimpia* no era un cine en el corazón de Broadway” sino en la Ciudad de México, “cuya burguesía no era tan numerosa como para ocupar todos los asientos de luneta y palcos de las tres funciones diarias” (De los Reyes 1993:327-328). No sólo se vio obligado a ensanchar sus puertas el *Olimpia*: el *Salón Rojo* y el *Cine Palacio* tuvieron que seguir sus pasos (De los Reyes 1981:138).
- 9 En un primer momento las salas no brindaron posibilidades de que los espectadores se ubicaran en el espacio de acuerdo a su pertenencia de clase, como sí había sido posible en el teatro, en los toros o incluso en las fiestas callejeras. Los asistentes se ubicaban anónimamente en la oscuridad de la sala: “el cinematógrafo juntaba a ricos y pobres, no jerarquizaba” (De los Reyes 1981:71). La aceptación del anonimato era un elemento clave, tanto en el cine como en la ciudad, para la convivencia entre los diferentes sectores sociales. La percepción positiva –o cuando menos como no amenazante- de la coexistencia

entre desconocidos es parte medular del pacto cinematográfico y está también en el origen de las ciudades –que concentraron población proveniente de muy diversos lugares que se encontraba en espacios determinados para comerciar, vivir y trabajar. Como coinciden en señalar Georg Simmel y Isaac Joseph, el desconocido –el extranjero anónimo– es el ciudadano por antonomasia y en el espacio urbano puede moverse a su voluntad y pasar desapercibido (Joseph 1988: 46, Simmel 1977:717).

- 10 El cine fue abandonando su vida nómada y se fueron sumando a sus locaciones iniciales en teatros, jacalones, muros, locales comerciales y accesorias habilitados para la proyección, espacios debidamente acondicionados construidos específicamente como salas, de modo que para 1928 las estadísticas oficiales señalan la existencia de 520 en todo el país (Elizondo 1991: 4). Fueron clave en su éxito la multiplicación de salas a partir de la primera década del siglo XX, gracias a la instalación en la ciudad de agencias de compañías extranjeras capaces de surtir aparatos Edison y Lumière, y material suficiente; el cambio de criterio de algunas empresas distribuidoras, que ahora alquilaban las películas en lugar de venderlas (lo cual permitió a los propietarios de los cines tener mayores márgenes de ganancia) y, sobre todo, el desarrollo del cine documental y de ficción, gracias al cual se diversificó la oferta (magia, aventuras, dramas, romance, etc.)<sup>3</sup>.



Fig.6.1: Multitud a las puertas del Cine Odeón en 1930 (Fuente: Archivo del Instituto Nacional de Antropología e Historia de México)

- 11 El cine creaba sus propios mitos y su propio ritual social, en un entorno en el que no se había consumado cabalmente la desacralización impulsada por la Reforma, por lo que todavía en los años veinte se les refería como "catedrales cinematográficas", "templos del silencio" o "templos del arte mudo" (De los Reyes 1993:45). En la transición del espacio sagrado al espacio civil, teatros bautizados con nombres de santos se fueron convirtiendo en salas de proyección cinematográfica y cambiaron de nombre: el *Teatro San Hipólito*, pasó a ser el *Cine San Hipólito* y luego el *Monumental*; el *San Rafael* se transformó en el *Universal*; el *San Juan de Letrán* en el *Princesa*; el *Santa María la Redonda* pasó a ser conocido como *Isabel*; el *Ex convento de Jesús María* se convirtió en *Progreso Mundial*, el atrio de *San*

*Felipe Neri* dio nacimiento al *Teatro Arbeu* y el *Ex convento de San Jerónimo* al *Salón Fausto* (Alfaro y Ochoa 1998: 37; COTSA 1978: iv).

## La edad de oro de las salas de cine

- 12 Las décadas de los treinta a los sesenta del siglo XX fueron un período clave para el cine en México y las salas de exhibición. Desde mediados de los años treinta despegó la industrialización de la cinematografía mexicana –en consonancia con la del país– y durante esas décadas se creó la mayor parte de su infraestructura. Néstor García Canclini considera que “la integración de productores, directores, artistas, difusores y público hizo posible uno de los procesos de más alto rendimiento económico y estético de la historia cultural latinoamericana”. Esta estructuración permitió la conformación de un subcampo cinematográfico exitoso, con alta cohesión interna y relativa autonomía, que posibilitó tanto la prosperidad de la actividad comercial como su papel protagónico en la modernización de la sociedad (García Canclini 1994:23-25).
- 13 En el mismo período del auge de crecimiento de la capital (1930 a 1970) se dio el de consolidación de los espacios de exhibición como un género arquitectónico. Los nuevos edificios aparecieron junto a viejas construcciones coloniales o decimonónicas y sus enormes fachadas, algunas con más de 30 metros de altura, impusieron su presencia en el paisaje de pueblos y ciudades, convirtiéndose en una referencia geográfica y social obligada (Alfaro y Ochoa 1998:34-35). A lo largo y ancho del territorio nacional las salas cinematográficas y las iglesias solían ser las edificaciones más prominentes incluso en la capital, que se había desarrollado en horizontal (más de dos terceras partes de las construcciones eran casas-habitación), de manera que los edificios de más de cuatro pisos constituían aún una excepción. La marquesina y el anuncio bandera sobresalían en las fachadas, logrando una visibilidad a gran distancia; formulaban, junto con las luces que enmarcaban los espectaculares de las películas, una permanente invitación difícil de resistir en aquellos tiempos. La publicidad armonizaba con la imagen magnificente y fantástica perseguida por empresarios y arquitectos de la exhibición (*El Cine Gráfico*, año II, núm. 90, 16 de diciembre de 1934: 3).
- 14 El año de 1930 se liga no sólo a los avances cinematográficos, como fue la inclusión del sonido en las películas, sino también a los inicios de la respuesta arquitectónica a una de las expresiones artísticas más relevantes del siglo XX. Las salas de cine pudieron constituirse en símbolos de la modernidad por la monumentalidad que las caracterizó desde entonces<sup>4</sup> y por la diversidad de estilos arquitectónicos que pusieron en práctica. La monumentalidad permitió a los cines seguir participando de la transición del espacio sagrado al civil. Si bien los reportajes periodísticos seguían refiriéndose al “nuevo templo de la cinematografía sonora” y uno más aseguraba que bastaba “hacer saber a la parroquia<sup>5</sup> de los cines que pasará por la pantalla una película ‘hecha en México’ para que los públicos se agolpen en las taquillas<sup>6</sup>”, los palacios cinematográficos podían reposicionarse frente a las iglesias, volviéndose un referente cotidiano por su *sacralidad laica*, “sitios de reunión de miles y miles de almas que con la presencia con que antes se dejaba guiar por un apóstol una iglesia, se dejan hoy influenciar por doctrinas, modales, costumbres y hasta objetivos en su lucha por la vida” (*El Cine Gráfico*, año II, núm. 90, 16 de diciembre de 1934: 3; *El Cine Gráfico*, año XI, núm. 506, 18 de abril de 1943: 15).

- 15 También se volvieron espacios de inclusión social jerarquizada y de construcción de la *sociedad de masas*, aquella en donde los sectores populares, despojados de cualquier posibilidad de participación en el pasado se fueron incorporando parcialmente al sistema político y económico, a partir del reconocimiento de su derecho de acceso a bienes y servicios que hasta entonces sólo habían sido privilegio de unos pocos. El desarrollo de la comunicación de masas fue también un pivote fundamental para el desarrollo de dicho proceso integrador, realizado por el mercado y por el mismo Estado, cuando consideró al equipamiento y la accesibilidad de las salas como un servicio indispensable para el conjunto de la población. La radio y el cine favorecieron progresivamente la integración nacional, divulgando en todo el país las distintas modalidades de la música y danza folklóricas.
- 16 Ciertamente el cine llegaba a todos los habitantes, tal como rezaba el lema de la sala *Florida*, en el barrio de Tepito: "El cine para todas las clases sociales", si bien la ampliación del tamaño de las salas fue favoreciendo la convivencia jerarquizada, en lugar de la mezcla original que se daba en los salones de las décadas anteriores. La variación de los precios dentro de una misma sala nos permite reconocer la apertura a diversos sectores: no obstante el incremento de los boletos de entrada a lo largo de los años, se podía acceder a la galería de un palacio cinematográfico pagando sólo una cuarta parte del boleto más caro (el de luneta). La ubicación jerarquizada de los diversos grupos sociales en las salas de exhibición no inhibía la interacción: por una parte, éstos se mezclaban en las largas colas para comprar boletos así como en los espacios que se ofrecían para la convivencia. Los cines de entonces estaban diseñados para que las personas permanecieran en ellos, de manera que contaban con sillones, sillas y rincones para el descanso antes de que iniciaran las películas, en los intermedios y a la salida. Por otra parte, también al interior de la zona de proyección era común la interacción –y en ocasiones también la confrontación- a la distancia. Los diversos sectores se encontraban en los cines y también en las calles, en las plazas, en los salones de baile y compartían todos ellos una común aspiración al ascenso social.
- 17 La costumbre de asistir a una sala de proyección cinematográfica se había implantado ya entre el público, considerando el aumento en el número de espacios de exhibición y en la capacidad de los recién construidos, que se sumaron a los que continuaban funcionando. Aunque en aumento, el precio de entrada era también una ventaja frente a otras ofertas culturales más selectas, sobre todo en las salas populares. En 1947 el Estado toma cartas en el asunto limitando el ritmo de los aumentos a través del establecimiento de un tope al precio de los boletos de entrada a los cines, por los mismos años en los que se emiten los decretos inquilinarios de congelación de rentas<sup>7</sup>.

## El declive de la asistencia al cine

- 18 Si bien a nivel mundial no fue la entrada de la televisión en los hogares la causa principal del descenso de la asistencia a los cines, sí le dio un impulso definitivo que se combinó con otros factores que aún no se han dilucidado suficientemente. En el caso de Estados Unidos, por ejemplo, el cine se mantuvo durante mucho tiempo como un espectáculo esencialmente popular: la primera estrategia para enfrentar la crisis de los años treinta – producto de la depresión económica y de la disminución de la natalidad en el período de entreguerras-, que impulsó el cierre de cerca de un tercio de las salas, fue la baja de los precios de entrada. A partir del final de la guerra se implementó la política contraria: las

entradas aumentaron en un 37% entre 1948 y 1950, provocando que las salidas familiares al cine se hicieran menos frecuentes. La baja de público en ese mismo lapso fue del 33%, similar al alza de precios de los boletos. Todo esto se desarrolló en una época en que el parque de televisores era todavía modesto, lo cual hace concluir a Patrice Flichy que no fue la llegada de la televisión la que hizo caer la audiencia cinematográfica (con una baja del 50% en la frecuentación mensual de las salas de cine entre 1960 y 1965); una parte del público, particularmente el popular y familiar, ya las había abandonado (Flichy 1993:210-211).



Fig. 6.2: Hombres observando la televisión a través de una vitrina (sin fecha; Fuente: Archivo General de la Nación de México)

- 19 El acceso a la televisión en México por parte de los sectores medios y sobre todo de los de menores recursos, se dio una o dos décadas después que en Estados Unidos o en diversos países europeos. Su presencia masiva se dejó sentir hasta bien entrados los años sesenta, cuando el 42% de la población contaba con una, aumentando al 73% en 1970 (los Juegos Olímpicos de 1968 le añadieron atractivo a la compra) y al 92.4% para finales de los años ochenta. Al finalizar el siglo XX, la cobertura era casi total (98%). Mientras entre los años sesenta y los ochenta el crecimiento de la taquilla baja del 2.5% a menos del 1% anual, la demanda de aparatos de televisión aumenta al 13.3% al año, el número de televisiones por cada mil habitantes del país pasa de 54 a 172 entre 1960 y 1995 (Ochoa Tinoco 1998:53, Elizondo 1991:6-7; *Macrópolis*, 10 diciembre 1992:23). Los desarrollos tecnológicos se sucedieron en cascada: desde 1970 comenzó a explotarse comercialmente la televisión por cable en diversos países -México incluido- y un lustro después se inició la venta de decodificadores y suscriptores de servicios de televisión para propietarios de antenas parabólicas. Desde mediados de los años ochenta las posibilidades de un manejo más extendido de la oferta televisiva se facilitaron con la llegada de los sistemas de video, primero sólo para reproducir películas, pero muy pronto también para grabar programas televisivos y unos años más tarde para reproducir imágenes videograbadas por los propios usuarios.



- 20 No es difícil comprender que se diagnosticara como *terminal* la crisis de la industria cinematográfica en los años ochenta, si observamos la caída de la asistencia. Los espectadores disminuyeron 7 veces en el país en sólo una década (pasaron de 450 millones en 1985 a 62 en 1995). ¿Qué alejó a los públicos de las salas de cine? Dado el control de precios de entrada durante varias décadas, no fueron éstos un factor de expulsión de los espacios de exhibición, por lo menos hasta inicios de los años setenta. Los toques impuestos permitieron que se conservara el precio del boleto más o menos constante de 1947 a 1970. Al arribo de Luis Echeverría en 1970, se descongelaron las entradas al cine, las cuales para una década más tarde eran 15% más altas. Pero a partir de entonces los precios volvieron a bajar, de modo que los de 1990 representan en términos reales 16% menos que los de 1980. En términos del salario mínimo diario, la entrada al cine llegó a representar 55% del mismo en 1945; en los años cincuenta bajó a un 30%, alrededor del 15% en los sesenta, y de 1970 a 1985 el precio del boleto osciló en la franja de 10 a 16 por ciento del salario mínimo diario del Distrito Federal. El incremento del boleto de entrada a partir de los noventa sí se convirtió en una limitación para asistir: al comenzar la década ir al cine costaba en promedio dos pesos, en 1994 había ascendido a 9 y en 1997 a 20 pesos o más.
- 21 Operaron también en contra de la asistencia al cine la crisis económica y la consiguiente disminución del poder adquisitivo de la población (entre 1976 y 1985 el salario perdió cerca del 50%), la cual trajo consigo un retraimiento del gasto destinado al entretenimiento. Y lo más definitivo: las salas perdieron su anterior atractivo y ahuyentaron a sus espectadores con ausencia de mantenimiento, equipo deficiente y cartelera deslucida. La industria cinematográfica buscó renovarse tecnológicamente para poder enfrentar la competencia de la televisión, las grandes salas se fragmentaron y se construyeron nuevos espacios de exhibición dentro de centros comerciales.
- 22 Prácticamente ninguno de los anteriores espacios de proyección pudo competir con los nuevos esquemas. Podríamos catalogar a la década de los ochenta como negra para la historia de las salas únicas: las notas sobre su cierre masivo eran un anuncio permanente en la prensa. Entre 1982 y 1986 dejaron de funcionar casi el 32% de ellas (pasaron de 267 a 180), mayoritariamente las de barrio, las que estaban más deterioradas físicamente o con tecnología atrasada, así como las de grandes dimensiones (de 1000 a 6000 butacas). La vida sagrada reclamó nuevamente sus espacios y una parte de las salas volvió a ser templo de diversas asociaciones religiosas que supieron sacar provecho de su ubicación estratégica, relevancia urbana y dimensión simbólica. Los augurios no se dejaron esperar: con el siglo llegaría a su fin la época del cine como espectáculo masivo, "la de las grandes salas oscuras como el lugar de reunión -de comunión- a veces más allá del fenómeno filmico" -aseguraba Emilio García Riera (1998:28). Las visiones apocalípticas sobre la cercana muerte del cine incluso se llevaron a la pantalla -en *Cinema Paradiso* y *Splendor*, entre otras. Así como en las primeras décadas del siglo la Ciudad de México atestiguó la transformación de los teatros en cines, en los años recientes nos tocó presenciar la de los cines en estacionamientos, centros comerciales, auditorios, bares, taquerías, salones para fiestas infantiles, bodegas, locales para renta de videos, fábricas, teatros, centros de espectáculos o espacios sin uso.

## El renacimiento de la exhibición

- 23 Ciertamente no concluyó el *ciclo Lumière*, pero las salas dejaron de ser el espacio único y privilegiado para ver películas; fue cambiando también la relevancia del ir al cine en la vida cotidiana de los públicos. Para entender el descenso de espectadores y de salas de cine necesitamos una explicación integral que comprenda los cambios de las ciudades, las ofertas culturales y las prácticas de consumo de sus habitantes. Para empezar, con el arribo de la televisión la industria filmica se transformó y se integró dentro de un circuito multimedia: las películas se dejaron de difundir sólo en salas de cine y paulatinamente se fueron multiplicando los canales de salida, como la televisión abierta, por cable y vía satélite, el video/dvd (renta y venta), internet a través de computadoras, tabletas y teléfonos móviles, etc. En esta reorganización de los circuitos audiovisuales, la exhibición en salas fue teniendo una participación decreciente en la generación de ganancias: apenas aportaba en la primera década del siglo XX alrededor del 16%, muy por debajo de lo que ofrecen otras pantallas (“El cine se hace para el sofá” en *Reforma*, 24 febrero 2006, sección “Gente”:12).
- 24 Entre los factores que influyeron decididamente en el renacimiento de la exhibición cinematográfica en México estuvo la reestructuración de la actividad de la exhibición enmarcada en los cambios del sector servicios a nivel mundial, que tendió a la relocalización espacial y la centralización de las actividades. Como ha señalado Octavio Getino, este tipo de lógica ha terminado por imponerse en toda América Latina, originando procesos de concentración social del consumo (en las generaciones jóvenes y de nivel social medio y medio-alto), así como de concentración territorial en los principales centros urbanos y, dentro de los mismos, en las zonas de mayor capacidad adquisitiva. No existen estudios que nos permitan evaluar en profundidad los rumbos que ha tomado esta transformación del perfil sociocultural de los espectadores a nivel nacional, pero podemos observar que al cierre masivo de salas en pueblos y ciudades pequeñas, le ha seguido una recuperación, aunque exclusivamente en las principales urbes. Así, en el 2001 sólo 128 ciudades de todo el país contaban con salas de cine, cifra sin comparación con la alcanzada medio siglo antes, cuando había 1164 poblaciones con este equipamiento (AC Nielsen EDI; *Anuario de El Cine Gráfico*, 1949-1950:52). El *Atlas de Infraestructura Cultural de México*, publicado en 2003, señalaba que 93.7% de los municipios de México no contaban con cine (CONACULTA 2003:164). Siete años más tarde, una nueva edición de dicho *Atlas* mostraba que no obstante el crecimiento continuado de los conjuntos de salas, la cifra de municipios sin sala de cine no menguó -94.4%- (CONACULTA 2010:150).
- 25 Luego del largo período de crisis, las pantallas<sup>8</sup> de todo el país han tenido un crecimiento vertiginoso, pasando de 1495 en 1995, a 5582 a mediados de 2014. Desde luego que el aumento de pantallas no significa que se recupere la dimensión de la oferta de décadas anteriores, ya que las nuevas salas cuentan con un aforo mucho menor. Las salas de cine son construidas en función no sólo de las necesidades de la exhibición, sino que se integran a una estructura cerrada como un producto más. Consiguientemente, los nuevos complejos cinematográficos han perdido la presencia que las salas únicas tradicionales habían alcanzado a través de conjuntar espectacularidad arquitectónica y significación sociocultural. La expansión de los conjuntos de minisalas por el país volvió a hacer atractivo ir al cine, de manera que México se ha convertido en el cuarto lugar mundial de

asistencia al cine, sólo por debajo de India, Estados Unidos, China y Francia. La reactivación de la exhibición cinematográfica ha sido mucho más intensa en la Ciudad de México, donde las salas escalaron de 211 en 1995 a 1388 en 2014. El rumbo que tomó puede dividirse en dos etapas: una primera, en donde claramente se dan la concentración social y territorial del consumo a las que alude Octavio Getino, y una segunda, aún en curso, en donde podemos reconocer una rearticulación de las salas con el espacio urbano y una búsqueda de ampliación de sus espectadores.

- 26 Las plazas comerciales habían hecho su aparición tímida en la capital a finales de los años sesenta y se multiplicaron rápidamente con formas y dimensiones muy diversas, como nuevo campo de acumulación para el capital inmobiliario, comercial y rentista, usualmente articulados a conjuntos de salas cinematográficas de todo tipo. Es en este contexto que se desarrolla el segundo período de expansión de las salas en el espacio urbano a partir del arribo del siglo XXI, con una tendencia a la localización policéntrica, tanto en los municipios conurbados como en delegaciones periféricas del Distrito Federal. La construcción de complejos cinematográficos se ha orientado a segmentos de la población de diversos ingresos económicos, y ya no sólo a los medios y altos como en el inicio de la implantación del modelo *multiplex*. Sectores medios-bajos y populares ubicados en unidades habitacionales de alta densidad poblacional articuladas a los *corredores urbanos terciarios* constituyen el nuevo objetivo. Por consiguiente, ha habido una política de precios y servicios parcialmente diferenciados con respecto a los complejos que se ubican en otras zonas de la ciudad, lo cual no significa que esta actividad sea económicamente accesible para la población en general de esas zonas.



Fig. 6.3: Entrada a un *multiplex* en la periferia de la Ciudad de México en 2014 (©Yolanda Paredes)

- 27 La tendencia que se ha mantenido en el tercer lustro del siglo XXI ha sido la del aumento del número de salas, así como la consolidación de la relocalización de éstas en zonas urbanas populares, dándose un crecimiento importante de cines en delegaciones y en

municipios conurbados que tradicionalmente no tenían o sólo escasamente. Gracias a esta dinámica de expansión se ha modificado paulatinamente la proporción del equipamiento de exhibición en el Distrito Federal y el resto de la ZMVM. Mientras en los años sesenta y setenta cerca del 90% de los cines se concentraba en el Distrito Federal, para el 2014 el 53.5% de las salas están en el D.F. y el restante 46.5% en los municipios conurbados, lo cual sigue siendo desigual, si consideramos que la población que habita éstos es numéricamente superior a la del Distrito Federal. Podemos aquilatar los retos para la construcción de infraestructura cuando reconocemos que alcanza una superficie de 7 866.1 km<sup>2</sup>, con una población de 20 116 842 habitantes<sup>9</sup>.

- 28 No obstante el crecimiento espectacular de las cifras de asistencia en México (lejos aún de los 450 millones que fueron al cine en 1985), “más del 70% de sus habitantes no se habrán sentado en una butaca ni una sola vez en esos 12 meses –y difícilmente lo habrán hecho en las dos décadas anteriores-, a causa del alto precio de las entradas... pero también porque buena cantidad de ellos no tendrán un complejo cinematográfico cerca de sus hogares” (López 2014:5). Según estimaciones de diversos analistas, sólo asiste al cine entre el 15 y el 28% de la población (ver también Domínguez 2012:359 y Cerrilla Noriega 2014:7). Es perceptible una elitización de los espectadores. De acuerdo a la “Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares”, realizada por el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática, evidenció la disminución del porcentaje de hogares que asisten al cine: del 18% al 13% de 1984 al 2012. Por otra parte, mientras que en 1984 el 20% de los hogares con mayores ingresos adquiría el 37% de los boletos, en 2012 este sector concentraba más de la mitad de los boletos vendidos. En el otro extremo, el 40% de la población con menores ingresos, que en 1984 adquirió el 18% de los boletos vendidos, casi tres décadas después sólo adquiría el 6%” (Cerrilla Noriega 2014:8).

## Comentarios finales

Las salas de cine nos hacen mejores personas.

Harrison Ford

- 29 Tal como le ocurrió al cine *Olimpia* en los años veinte, que no pudo hacer negocio con los reducidos sectores acomodados de esos tiempos y debió popularizarse para sobrevivir, así la renovada exhibición metropolitana encontró pronto los límites del mercado constituido por las clases media y alta, quienes además participaban –como todos los sectores- de la reorganización de los consumos y tenían frecuencias de asistencia mucho menores que las de las épocas gloriosas. La frecuencia de asistencia a las salas de otras épocas es en realidad irrecuperable porque en la vida cotidiana de los espectadores multimedia del nuevo siglo, *ir al cine* compite ya no sólo con la televisión, el aparato de DVD y los videojuegos, sino crecientemente con la computadora y las tabletas, los teléfonos celulares y el Internet, cuyo uso da forma a lo que Román Gubern llama la “sociedad de cinco pantallas” (<http://www.etcetera.com.mx/pag37-42ane87.asp> consultado el 23 de febrero de 2009).
- 30 Las nuevas formas de sociabilidad que se posibilitan en los centros comerciales transforman los pactos cinematográficos, los significados de “estar juntos” que suscitaba el ir al cine en las décadas anteriores y los vinculan expresamente con el consumo. Además, frente a las posibilidades que posibilitaba la *permanencia voluntaria* en las salas de antaño, las contemporáneas expulsan a sus espectadores periódicamente para seguir cobrando por el acceso a los siguientes visitantes. El centro comercial ha sido un espacio

emblemático de la ciudad fragmentada y de los nuevos estilos de vida que propicia: frente a la creciente inseguridad de los espacios públicos, se da el auge de estos ámbitos privados de consumo, de urbanidad templada, que consolidan la victoria del espacio comercial sobre el público o religioso, tal como ha señalado Serge Gruzinski (2004:505). Se ha calificado de urbanidad templada porque se limitan cada vez más las posibilidades del encuentro y la confrontación con lo diferente. La experiencia de la diversidad sociocultural se efectúa crecientemente a través de los medios, como el Internet o los teléfonos móviles, y cada vez menos en la vivencia concreta con el otro en el ámbito ciudadano, acotándose las posibilidades de ejercer la *urbanidad*, certeramente definida por Jerome Monnet como el “arte de vivir juntos” mediado por la ciudad (Monnet 1996:12).

- 31 Para convivir con lo que no es traducible, con lo diferente, requerimos de un principio de comprensión y aceptación que haga posible el reconocimiento y la valoración positiva de la otredad. Vivir juntos en la ciudad – complementa Angela Giglia - se relaciona con diversas aptitudes y comportamientos, que van desde modales específicos (urbanidad), al ejercicio de la tolerancia y el respeto recíproco (civilidad), a la conciencia de los deberes y derechos propios y de los demás, y frente a las instituciones (ciudadanía) (Giglia 2001:806-807). Y es justo por esto que Harrison Ford apunta que las salas de cine nos hacen mejores personas al brindarnos la posibilidad de jugar el rol de público cinematográfico en la vivencia colectiva del espectáculo cinematográfico con otros espectadores anónimos, de aprender y ejercitar ese arte de vivir juntos mediado por la ciudad.

---

## BIBLIOGRAPHY

- ALFARO, Francisco y Alejandro Ochoa. 1998. *La República de los cines*. México: Clío.
- CÁMARA NACIONAL DE LA INDUSTRIA CINEMATOGRÁFICA. 1994. *Exposición y análisis de la problemática actual en la industria cinematográfica*. México: CANACINE.
- CANCLINI, Néstor García. 1990. *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. México: Grijalbo/CONACULTA.
- CANCLINI, Néstor García. (coord.). 1993. *El consumo cultural en México*. México: CONACULTA.
- CANCLINI, Néstor García. (coord.). 1994. *Los nuevos espectadores. Cine, televisión y video en México*. México: IMCINE/CONACULTA.
- CLAIR, Eduardo Flores,. 1991-1992. “Diversiones públicas en la ciudad de México, 1920-1940”. *Historias*, revista de la Dirección de Estudios Históricos del Instituto Nacional de Antropología e Historia octubre-marzo, México: 163-169.
- CONSEJO NACIONAL PARA LA CULTURA Y LAS ARTES. 2003 y 2010. *Atlas de infraestructura Cultural de México*. México: CONACULTA.
- COMPAÑÍA OPERADORA DE TEATROS S.A. 1978. *Las salas cinematográficas en la Ciudad de México y su área metropolitana*. México: Compañía Operadora de Teatros S.A.

CHRISTIE, Ian. 1994. *The last Machine. Early cinema and the birth of the modern world*. England: British Film Institute.

DE LOS REYES, Aurelio. 1981. *Cine y sociedad en México 1886-1930. Vivir de sueños. Volumen I (1896-1920)*. México: Universidad Nacional Autónoma de México/ Cineteca Nacional.

DE LOS REYES, Aurelio. 1982. "Cómo nacieron los cines". *Anales del Instituto de Investigaciones Estéticas*. Universidad Nacional Autónoma de México, núm. 50-2, México: 285-312.

DE LOS REYES, Aurelio. 1993. *Cine y sociedad en México 1886-1930. Bajo el cielo de México. Volumen II (1920-1924)*. México: Universidad Nacional Autónoma de México/ Cineteca Nacional.

ELIZONDO, Jorge. 1991. "La exhibición cinematográfica. Retrospectiva y futuro". *Pantalla*, publicación de la Dirección General de Actividades Cinematográficas de la Coordinación de Difusión Cultural de la UNAM, núm. 15, invierno, México: 3-36.

FERNANDEZ, Joaquín. 1996. "Exhibición cinematográfica, lo que el viento regresó". *Expansión*, octubre, México: 32-48.

FLICHY, Patrice. 1993. *Una historia de la comunicación moderna*. México: Ediciones G. Gili.

GETINO, Octavio. 1990. *El impacto del video en el espacio audiovisual latinoamericano*. Lima: FNCL / UNESCO / PIAC / IPAL / AECI.

GIGLIA, Angela. 2001. "Sociabilidad y megaciudades". *Estudios Sociológicos*, núm. 57, vol. XIX, septiembre-diciembre: 799-821.

GRUZINSKI, Serge. 2004. *La ciudad de México: una historia*. México: Fondo de Cultura Económica.

HOLT, Jennifer. 2002. "In Deregulation we trust: the synergy of politics and industry in Reagan-Era Hollywood". *Film Quarterly* vol. 55, núm. 2, winter: 22-29

JOSEPH, Isaac. 1988. *El transeúnte y el espacio urbano. Ensayo sobre la dispersión del espacio público*. Buenos Aires: Gedisa.

LEAL, Juan Felipe; BARRAZA, Eduardo; FLORES, Carlos A. 1993. 1899: ¡A los barrios y a la provincia!. *Anales del cine en México, 1895-1911*. México: Casa Juan Pablos/Voyeur.

LEAL, Juan Felipe; BARRAZA, Eduardo; FLORES, Carlos A. 1994. 1903: El espacio urbano del cine. *Anales del cine en México, 1895-1911*. México: Casa Juan Pablos/Voyeur.

MIQUEL, Ángel. 1992. "Cines y públicos en el México de principios de siglo". *Dicine* núm. 44, marzo, México: 8-11.

MONNET, Jerome. 1996. "Espacio público, comercio y urbanidad en Francia, México y Estados Unidos". *Alteridades* núm. 11, año 6: 11-25.

OCHOA TINOCO, Cuauhtémoc. 1998. *Las salas cinematográficas en la ciudad de México en tiempos de cambio 1982-1997*. México: Tesis de maestría en Planeación y Políticas Metropolitanas, Universidad Autónoma Metropolitana-Azcapotzalco.

RIERA, Emilio García. 1998. *Breve historia del cine mexicano. Primer siglo, 1897-1997*. México: MAPA / IMCINE / CONACULTA / Canal 22 / Universidad de Guadalajara.

ROSAS MANTECÓN, Ana. 2012. "Públicos de cine en México". *Alteridades* año 22, núm. 44, julio-diciembre México: 59-76.

SIMMEL, Georg. 1977. [1908]. "Digresión sobre el extranjero". *Estudios sobre las formas de socialización. Revista de Occidente*. Madrid: 700-735.

TODOROV, Tzvetan. 1995. *La vida en común. Ensayo de antropología general*. Madrid: Taurus.

UGALDE, Víctor. 1998. "Panorama del cine en México: cifras y propuestas". *Estudios cinematográficos* año 4, núm. 14, octubre-diciembre, México: 45-59.

## NOTES

1. El nombre de "tanda" lo tomó el cine del lenguaje teatral. Leal et al. (1994: 24-25).
2. A las primeras películas se las llamó *vistas*, "en parte por extensión del nombre 'vistas fijas' dado a las imágenes que se proyectaban mediante una lámpara y una lente de aumento, espectáculo conocido antes de que se inventara el cine..., pero eran *vistas* sobre todo porque lo que capturaban los primeros camarógrafos era lo que podía llamar su atención y estar suficientemente iluminado para que impresionara la preparación de plata fijada al celuloide". Leal et al. (1993: 12).
3. Hasta 1915 el cine mexicano siguió produciendo *vistas* que permitieron observar al país, la gente, la revolución. A partir de 1916 se supera ese concepto para hacer el "film", que propiciará el cine argumental. De los Reyes, 1981, volumen I: 5.
4. Hubo construcción de grandes salas durante los años veinte, como el cine Odeón, para 2700 personas, pero se trata de casos aún aislados. Si en los años veinte las salas promediaban 1400 asientos, en los treinta se construyeron cines para 2500 a 5000 asientos y en los cincuenta, con el cine Florida, se alcanzaron las 7500 butacas (Alfaro y Ochoa 1998:28-29; 34-35).
5. Si bien el término *parroquia* también se aplica al conjunto de personas que constituyen la clientela de un comercio, su connotación es claramente religiosa y se utiliza en referencia al territorio al que se extiende la jurisdicción espiritual de un párroco.
6. *Anuario de El Cine Gráfico*, 1942-1943: 489; "La causa nacional está ganada", *El Cine Gráfico*, año II, núm. 46, 18 de febrero de 1934: 3. Las cursivas son mías.
7. Los de categoría A costarían \$4, los B, \$3, los C, \$2 y los D \$1.50. "Del momento" en *El Cine Gráfico*, núm. 725, 4 de mayo de 1947: 2. En 1950 los cines D cobraban 1.50 y los más caros entre \$4 y \$5.
8. Con anterioridad a la aparición de los *multicinemas* y de los *multiplex*, las salas y las pantallas eran una y la misma cosa. Ahora se hace referencia a las pantallas, porque su número varía en cada conjunto.
9. Gracias a un acuerdo intergubernamental para facilitar la política de ordenamiento territorial, desde 2004 se modificó la denominación de Zona Metropolitana de la Ciudad de México por la de Zona Metropolitana del Valle de México (ZMVM) incluyendo 16 delegaciones capitalinas y 60 municipios de los estados de México e Hidalgo. SEDESOL et al., 2012. Disponible en [http://www.conapo.gob.mx/es/CONAPO/Zonas\\_metropolitanas\\_2010](http://www.conapo.gob.mx/es/CONAPO/Zonas_metropolitanas_2010) (consultado el 11 de junio de 2015).

---

## ABSTRACTS

O artigo explora a relação cinema-cidade, assumindo como eixos de análises o anonimato, os usos do espaço público e a diferenciação social quanto ao acesso. Por meio de trajeto que vai dos primórdios do cinema no México até a renovação da exibição na atualidade, mostra as maneiras diversas pelas quais as salas de cinema se converteram em espaços-chave para a dessacralização

dos espaços públicos e sua conversão em pontais da modernidade. Permitiram o encontro dos nascentes urbanitas, proporcionaram-lhes códigos e ocasiões para experimentar o reconhecimento dos outros – desconhecidos e anônimos –, assim como para o exercício da expansão da sociabilidade. Evidenciaram as feridas na convivência pública provocadas pela expansão desenfreada e desigual e, por último, favoreceram novas formas de convivência coletiva no nascer do século XXI. Todas estas dimensões estão estreitamente vinculadas, de modo que o trabalho analisa os usos sociais da comunicação num marco urbano.

The paper explores the relationship between cinema and the city, analyzing anonymity, the uses of public space and the role of access to cinemas in social differentiation. As will be made clear through its history, cinema theatres were key places in the desacralization of public spaces and their transformation into mainstays of modernity. They in turn provided spaces for newly-formed urbanites to encounter each other, they provided codes and occasions to experience the recognition of others – who are unknown and anonymous- and the practice of sociability; they bore witness to the wounds caused by the untamed and unequal expansion of public coexistence. Lastly, they aided the rise of new forms of collective coexistence at the dawn of the 21st Century. All of these dimensions related to the practice of cinemagoing are closely linked, so the paper analyzes the social uses of communication within an urban-space framework.

## INDEX

**Keywords:** cinema, city, cinema audiences, sociability, inequality

**Palavras-chave:** cidade, públicos de cinema, sociabilidade, desigualdade

## AUTHOR

**ANA ROSAS MANTECÓN**

Departamento de Antropología - UAM-Iztapalapa