



Casa abierta al tiempo

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA IZTAPALAPA

DIVISIÓN DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES

DEPARTAMENTO DE ANTROPOLOGÍA

LICENCIATURA EN ANTROPOLOGÍA SOCIAL

“El cine y sus públicos en el municipio de Ixtapaluca .”

Trabajo terminal

que para acreditar la unidad de enseñanza aprendizaje de

Trabajo de Investigación Etnográfica Aprox. Interpretativa

y obtener el título de

LICENCIADO EN ANTROPOLOGÍA SOCIAL

presenta

Yolanda Paredes Juárez

Matrícula No. 210376285

Comité de Investigación:

Directora: Dra. Ana María Rosas Mantecón

Asesores: Dr. Cuahutémoc Ochoa Tinoco

Lic. Tomás Raúl López

México, D.F.

Abril 2015

INDICE

Agradecimientos	
Introducción	1
Capítulo 1. La ciudad de México y su orilla sin fin.	
1.1 Zona Metropolitana del Valle de México.	4
1.2 Ixtapaluca de lo rural a lo urbano problemática de su conurbación.	9
1.3 Crecimiento de la ciudad, estancamiento de lo cultural.	20
Capítulo 2. Consumiendo cultura.	
2.1 El consumo cultural.	27
2.1.1 Los públicos.	30
2.1.2 Barreras de acceso a los consumos culturales.	32
2.1.3 Infraestructura cultural.	34
2.2 El cine como consumo cultural.	37
2.3 Cine y ciudad.	40
Capítulo 3. El cine en Ixtapaluca.	
3.1 Primeras salas de cine en Ixtapaluca.	44
3.2 Salas de cine actuales en Ixtapaluca.	55
3.3 Públicos de cine en Ixtapaluca.	69
3.4 ¿El cine se ve mejor en el cine? Otras formas de acceder al cine.	76
Conclusiones.	83
Bibliografía y Webgrafía.	86

Agradecimientos.

Antes que nada quiero agradecer a mis padres Alfonso y Cirila por el apoyo brindado para poder concluir un ciclo más en mi vida académica, en especial a ti mamá, que con tu ejemplo me has impulsado a seguir adelante y nunca darme por vencida. Gracias a mi hermano Moy por compartir sus conocimientos conmigo y ayudarme con ellos a concluir este trabajo.

Te agradezco a ti mi pequeño Tonatiuh, ya que en momentos he tenido que separarme de ti para poder concluir este trabajo y también por las aventuras que a tu corta edad has vivido conmigo siendo participe del trabajo etnográfico, gracias por ser ese motor que me impulsa día con día a cumplir mis metas. Gracias a mi esposo Oscar por su apoyo y acompañamiento en los recorridos de campo.

Gracias a la Universidad Autónoma Metropolitana Iztapalapa, por haberme permitido ser parte de sus alumnos. Agradezco también a los profesores del Departamento de Antropología, que con sus conocimientos me permitieron abrir nuevos horizontes en mi mente.

Este trabajo no hubiera sido posible sin el apoyo de la Dra. Ana María Rosas Mantecón, gracias por su dedicación y consejos. Agradezco al Lic. Tomás Raúl López por ser lector de este trabajo y brindarme sus conocimientos y comentarios, también agradezco al Dr. Cuauhtémoc Ochoa Tinoco por tomarse el tiempo de leer mi trabajo y compartir sus conocimientos sobre el tema de esta investigación.

Agradezco a mis amigos de la universidad, Xóchitl, Evelin, Gustavo, Adrián, Sergio, Lucero, Miguel, Mariela, Neyva y prácticamente a toda la generación 2010 por las pláticas, los viajes, las fiestas, gracias por su amistad, cariño y apoyo.

INTRODUCCIÓN

El tema de los cines es interesante y enriquecedor para quienes nos aventuramos en este recorrido por las salas cinematográfica, damos cuenta de que no sólo se estudia un espacio en el que se exhiben películas, son espacios que nos muestran la calidad con la que se habita un lugar, espacios que con el tiempo se vuelven un referente simbólico en la comunidad.

Las salas de cine son espacios que pueden complementar la vida de las personas, no sólo como parte del tiempo de ocio. La experiencia de ver una película en una sala de cine es única ya que la oscuridad de la sala, el tamaño de la pantalla la comodidad de sus asientos y otros factores nos permiten salir un momento de la realidad en la que vivimos, pero al mismo tiempo una película con una temática relacionada con los problemas actuales también nos permite situarnos en la realidad.

Podría decirse que hacemos etnografía desde las butacas, entonces ¿qué sucede con el cine actual en el que la mayoría de las películas exhibidas son de acción, terror y comedia? No pretendemos decir que se algo incorrecto poder ver una película de los géneros que proliferan en los cines comerciales, aunque es importante tomar en cuenta que al ser el cine un medio por el cual se puede llegar a ser un ciudadano más crítico, una mayor diversidad de oferta de películas apuntalaría a que fuera también un medio por el cual se crea conciencia utilizando las imágenes en movimiento.

Las salas de antaño y las actuales cambiaron tecnológicamente, también lo hicieron las películas que se exhibían, a muchos nos pueden llegar a gustar las películas que hay en cartelera, aunque la realidad es que cada vez tenemos menos opción para elegir, pues han desaparecido salas únicas y la mayoría de los cine en la Zona Metropolitana se encuentran en manos de dos corporativos cinepolis y cinemex, y predomina la oferta de Hollywood.

Al iniciar esta investigación, iniciamos con la pregunta ¿qué perfiles tienen la reorganización de la exhibición en Ixtapaluca? Pensando un poco en qué implicaciones tiene que en el municipio existen sólo 5 complejos de cine de los cuales 4 son de los corporativos ya

mencionados anteriormente, de verdad se puede decir que nos encontramos ante una oferta cultural amplia. He de decir en este momento que no, ya que el cine en Ixtapaluca el cine no es un consumo cultura en el que proliferen la oferta ya que sólo se tiene la opción que los corporativos eligen mostrar. Y por ende sigo con la pregunta ¿cines para quién en Ixtapaluca?

En este trabajo pretendemos mostrar que la asistencia al cine pareciera ser algo muy fácil y común pero al analizarlo encontramos que el convertirse en público de cine es un proceso que implica vencer varias barreras como lo son las económicas, geográficas y simbólicas.

Para realizar esta investigación fue necesario hacer una monografía de la zona de estudio. Se realizaron visitas al Gobierno de Ixtapaluca pensando que sería el lugar perfecto para conseguir la información, sin embargo nos tenemos que enfrentar a un proceso burocrático bastante agotador, o a la respuesta inútil y falsa de que todo se encuentra en su página de internet. La página de internet contiene una monografía que si bien fue de utilidad en algunos datos, otros más no estaban actualizados, por lo que se tuvo que recurrir a otros sitios de internet, a entrevistas y textos que se habían hecho sobre el municipio para poder dar una monografía lo más completa posible.

En este proceso de investigación se hicieron recorridos de campo en los cuales se identificaron los cines que tenía el municipio, se visitaron cada uno de ellos para saber cómo eran y recabar información sobre la infraestructura del cine. Posteriormente se realizaron entrevistas a los públicos de estos cines. Cuando se realizaron las entrevistas el mayor obstáculo fue que las personas se negaban a contestar la entrevista muchos se molestaban ya decían que estaban descansando y que no querían ser molestados.

Otra parte de la investigación fue la recopilación de información sobre las salas de antaño, que implicó enfrentarnos a la falta de información referente a estas salas, los datos obtenidos fueron de entrevistas realizadas a personas que asistieron a dichas salas, con esto damos cuenta que las salas de cine han experimentado varios matices a lo largo de tiempo y cada cambio cuenta a una manera de estar y vivir el cine.

Al trabajar este tema una de las preguntas recurrente por parte de los entrevistados fue ¿Por qué estudiar el cine?, si hay cosas más importantes que se pueden estudiar en el municipio, al analizar estos cuestionamientos, se acentúa la idea de que el cine es un lugar al que sólo se asiste a distraerse. Al hacer esta investigación y tratar el cine como un consumo cultural pensamos que es un tema importante el cual nos invita a reflexionar que es lo que consumimos, que implicaciones tienen en la vida cotidiana y lo que ocurre a los sectores que no pueden acceder a estas ofertas culturales.

Este trabajo está dividido en 3 capítulos. El capítulo 1 se divide en tres apartados el primero aborda el tema de la formación de la Zona Metropolitana y cómo se expande a los municipios conurbados, a partir de eso se desprende el segundo apartado en el que se hace una monografía de la zona de estudio que es Ixtapaluca, y también se relaciona con el primer apartado ya que se analiza los problemas a los que se enfrenta un municipio al ser parte de la conurbación. Y en el último apartado abordaremos el tema de la expansión urbana en relación al de la infraestructura cultural, de la cual forman parte los cines.

En el segundo capítulo analizaremos el tema del consumo cultural tomando en cuenta los diferentes elementos que conforman el análisis, se hablará también de porqué el cine es un consumo cultural para terminar con el tema del cine y la ciudad en el que se rescataran brevemente los cambios por los cuales han pasado las salas cinematográficas en la Zona Metropolitana de la Ciudad de México.

En el último capítulo expondremos el estudio hecho en Ixtapaluca, que abordará el tema de las salas de antaño, las salas actuales en Ixtapaluca, se abordará el tema de los públicos de cine en Ixtapaluca y para complementar este último capítulo analizaré el tema de otras formas a las que se recurre para ver películas en la actualidad.

CAPITULO 1. LA CIUDAD DE MÉXICO Y SU ORILLA SIN FIN.

1.1 ZONA METROPOLITANA DEL VALLE DE MÉXICO.

La ciudad se expandió y se vació simultáneamente, sigue creciendo pero ya no en su totalidad, mayormente lo hace en su “orilla sin fin”, a este fenómeno se le conoce como “reversión de la polaridad” (Arango, 2010:103)

Para comenzar este tema primero es importante tener presente qué se entiende por Zona Metropolitana, es un tema que han estudiado diferentes urbanistas los cuales han tratado de definir y delimitar las Zonas Metropolitanas de las grandes ciudades del mundo entre ellas la Ciudad de México.

“En México, desde 1940 la expansión física de varias ciudades sobre el territorio de dos o más estados o municipios ha dado lugar a la formación y crecimiento de Zonas Metropolitanas, las cuales han jugado un papel central dentro del proceso de urbanización del país. En sentido genérico, la formación de zonas metropolitanas corresponde con el desarrollo económico, social y tecnológico alcanzado por la sociedad en un período determinado y conforma una estructura territorial compleja que comprende distintos componentes: la concentración demográfica, la especialización económico-funcional y la expansión física sobre ámbitos que involucran dos o más unidades político-administrativas, ya sean éstas municipales, estatales o en algunos casos desbordando las fronteras nacionales. Por esa razón, las metrópolis son espacios estratégicos de vinculación entre las regiones del país y el resto del mundo”. (CONAPO 2010).

En el año 2003-2004 SEDESOL, CONAPO E INEGI, identificaron 55 zonas a nivel nacional entre las que destacan Monterrey, Tlaxcala, Puebla, Toluca y el Valle de México; esta última se encuentra en primer lugar por ser la más poblada, el siguiente mapa muestra las Zonas Metropolitanas más pobladas de la República Mexicana

Zonas Metropolitanas de la República Mexicana



Fuente: Conformación de las Zonas Metropolitanas, COESPO 2009

La zona que nos interesa estudiar es la Zona Metropolitana del Valle de México. El proceso de expansión de la ciudad de México se da en la década de 1950 y se consolida en 1970, para entonces la Zona Metropolitana del Valle de México, cubría 15 delegaciones y ocho municipios del Estado de México. A partir de entonces se ha delimitado según sus avances del frente urbano y la integración funcional de las zonas aledañas.

“Algunos autores consideran que su expansión sigue una estructura de círculos concéntricos. Según cifras oficiales, en 1980 se agregaron a la mancha urbana catorce nuevos municipios y casi un millón de habitantes; en 1990, diez nuevos municipios con alrededor de medio millón de habitantes y en el 2000, nueve municipios más incluyeron 650 mil habitantes. La superficie actual de la zona metropolitana es de 741 mil hectáreas, sus municipios conurbados concentran el 90.7% de la población urbana total” (Arango, 2010:103). Hasta 2005 estuvo conformada por 16 delegaciones del D.F y 18 municipios del Estado de México.

La metrópoli representa cuatro etapas de su desarrollo urbano reciente.

1900-1930: el centro histórico era lo más dinámico

1930-1950: crecimiento elevado en las delegaciones periféricas

1950: se forma como *metrópolis*, rebasa los límites del DF

1980: se vuelve *megalópolis*, se traslapa con la zona urbana de Toluca; etapa de reversión de la polaridad, lo que significa que el centro se vacía y la población emigra a la periferia.

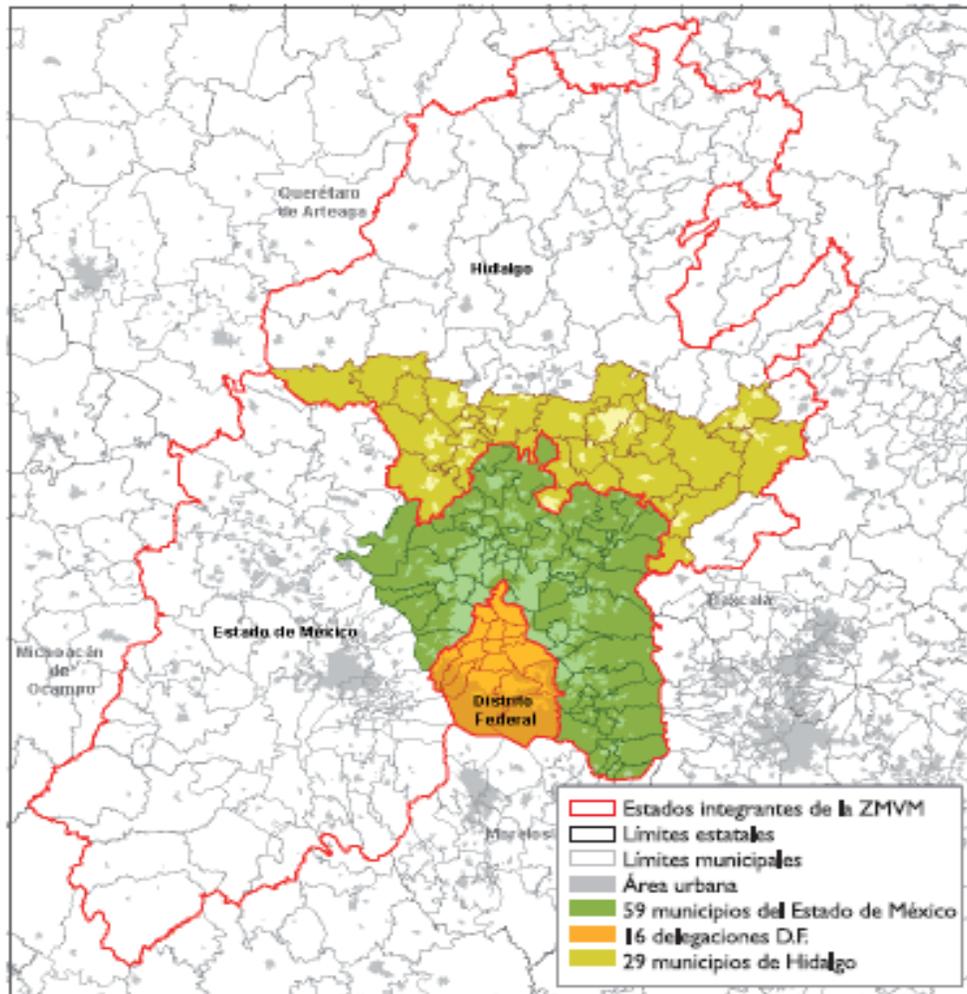
“La periferia de la Ciudad de México protagoniza los procesos urbanos de los últimos años, actualmente aloja a más del 90% de la población total. Desde fines del milenio anterior, la ciudad se volvió policéntrica y perdió población en su área central, pero su crecimiento no se detiene, el modelo actual apunta a la conformación de una ciudad región (Región Centro de México), cuya expansión excéntrica y urbanización difusa integra territorios lejanos y de carácter ambiguo entre lo rural y lo urbano”. (Sobrino y Delgado en Arango, 2010:2)

La extensión territorial, menciona Eduardo Nivón es lo que le da una imagen catastrófica a la ciudad, ya que lo que se conoce como la ciudad de México cada día se va expandiendo más y “este crecimiento territorial es más fácilmente visible y expresa con inmediatez la huella de la pobreza y de las contradicciones sociales. A la vez produce, rápidamente la idea de inabarcabilidad de la ciudad y crea un sentido de caos y desastre ante un crecimiento que parece no tener fin” (Nivón, 1998:211)

Para darnos una idea de lo caótico que se puede ver esta expansión territorial de lo que es la Zona Metropolitana del Valle de México sólo basta ver el siguiente mapa. En él se incorporan 29 municipios del estado de Hidalgo los cuales fueron incorporados en 2008 en la ciudad de Pachuca con la firma de la nueva declaratoria de la Zona Metropolitana del Valle de México.

En la actualidad la Zona Metropolitana del Valle de México, quedaría conformada por las 16 delegaciones del Distrito Federal, 59 municipios del Estado de México y 29 municipios de Hidalgo.

Zona Metropolitana Del Valle de México



Fuente: Conformación de las zonas metropolitanas, COESPO 2009

La ciudad incorpora poblados que contienen dos características notables: "... una infraestructura urbana limitada, pero no por ello poco valiosa en términos de equipamiento y servicios urbanos que les permitan asumir rápidamente el papel de subcentros para las periferias cercanas y la otra es la de contar con formas propias de gobierno que permiten configurar un tejido de poderes locales que dejan sentir su huella en este proceso" (Delgado en Nivón, 1998:211).

Eduardo Nivón muestra en su trabajo que la periferia de la ciudad de México ha sido vista y estudiada de diferentes maneras a lo largo de la historia de la ciudad. No se puede hablar

de una sola periferia ya que en esta expansión de la ciudad se pueden observar lugares segregados por ejemplo para la clase alta encontramos un lugar autosuficiente y bien dotado de infraestructura como lo es Huixquilucan que se encuentra al poniente de la ciudad.

Como contraste también podemos observar lugares desprovistos de los servicios más básicos, situados en lugares no aptos para habitar como lo es el caso de Chimalhuacán y de Ixtapaluca que es el municipio donde se centra esta investigación.

La ciudad central desplazó población a diferentes lugares dando lugar a la conformación de diferentes periferias “esta periferias envuelven la metrópoli expresando algo más que escapa a los planificadores y demógrafos: relaciones simbólicas pautas de consumo, culturas múltiples en nuestra sociedad, a la vez tradicional e informatizada” (Nivón, 1998:217).

La periferia donde se ubica el municipio de Ixtapaluca se encuentra al oriente de la ciudad. En los trabajos de Nivón y Nieto muestran que es la periferia con más carencias, la expansión de la ciudad arrasó con el carácter rural de los municipios del Estado de México entre ellos Ixtapaluca, que fue uno de los receptores de la población expulsada de la zona central, sus extensas planicies fueron aptas para la construcción de grandes unidades habitacionales y también para los asentamientos de colonias populares.

Atrás quedaron los tiempos en el que en Ixtapaluca se respiraba aire fresco, muchos de sus habitantes originarios añoran esos tiempos, que para ellos eran mejores “antes podía salir a pasear en mi caballo” es lo que comenta el señor Heriberto Ortiz, “ahora no se puede, el caballo se asustan con tanto coche y con el pavimento se patina”.

En pocos años Ixtapaluca se urbanizó rápidamente convirtiéndose en uno de los municipios conurbados de la ciudad de México, el crecimiento desmesurado de la población de Ixtapaluca, rápidamente hizo estragos en la imagen del municipio rápidamente Ixtapaluca paso de un panorama meramente rural a uno urbano. Cabe destacar que este cambio se hizo visible en los que corresponde al centro del municipio ya que aún existen localidades en el municipio que se consideran zonas rurales como lo es San Francisco y Coatepec.

1.2. Ixtapaluca de lo rural a lo urbano, problemática de su conurbación

Este trabajo se centra en el municipio de Ixtapaluca, del cual podemos decir que es un lugar lleno de historia. Ixtapaluca ha existido desde la época prehispánica y en él se ha dado paso de lo rural a lo urbano, se han sufrido cambios en la dinámica sociocultural de la población, desde sus primeros años que se conforma como municipio, ya que como en muchos otros lugares Ixtapaluca, ha sufrido los estragos del crecimiento de la Ciudad de México.

Se desconoce el lugar de los primeros hombres que llegaron a Ixtapaluca, los primeros asentamientos en territorio de este municipio se registran entre los años 1100 a.C. y 100 d.C. cuando Xólotl inicia su reinado en Tenayuca, Techotlala, uno de sus hijos fundador de Texcoco; tuvo un hijo llamado Ixtlixóchitl a quien nombró su sucesor, donándole 11 pueblos entre ellos Ixtapaluca y Coatepec. (Ayuntamiento de Ixtapaluca ,2013)

Es hasta el año 1820 cuando se eleva a Ixtapaluca al rango de municipio, desde sus inicios este municipio ha sido importante en relación a su cercanía con la ciudad de México, en la época del porfiriano se instalaron en el grandes haciendas productoras de frijol, maíz, alfalfa, calabaza, haba. Después de varios años estas grandes haciendas se convierten en las actuales unidades habitacionales.

Ixtapaluca es uno de los 125 municipios de estado de México, se encuentra entre las carreteras, México-Puebla y México-Cuautla, estas carreteras pasan precisamente dentro de su territorio.

El territorio del municipio de Ixtapaluca se encuentra a 32 km de la ciudad de México y a 110 kilómetros de la Ciudad de Toluca, tiene una superficie aproximada de 318.27 kilómetros cuadrados, con las siguientes colindancias:

AL NORTE.- Con los municipios de Chicoloapan y Texcoco;

AL SUR.- Con los municipios de Chalco y Tlalmanalco;

AL ESTE.- Con el Estado de Puebla; y

AL OESTE.- Con los municipios de La Paz, Chalco y Valle de Chalco Solidaridad

Ixtapaluca según el bando municipal de 2013 cuenta con 144 localidades, entre unidades habitacionales y colonias populares.

Mapa de Ixtapaluca



Fuente: H. Ayuntamiento de Ixtapaluca

Si bien hemos visto que a partir de 1980 la ciudad de México se convierte en expulsora de población, su crecimiento se detiene y comienza una nueva etapa expansiva donde los movimientos de migración se dirigen a la periferia, desde entonces el distrito federal no crece sólo su zona conurbada.

A partir de esta fecha la Ciudad de México, se derrama sobre el Estado de México, dando lugar a un fenómeno de urbanización de diferentes municipios, en un periodo muy corto se asentaron miles de habitantes nuevos bajo condiciones de vida inadecuadas, se genera con esto grandes problemas como el manejo de basura, la contaminación del agua y del suelo, la inseguridad, la saturación de servicios e infraestructura ocasionan serios conflictos a los municipios conurbados. Arango (2010:111) lo expone con precisión:

“La periferia urbana, se pobló en pocas décadas sobre un territorio sin posibilidad de respuesta. La ciudad se fragmenta, por un lado la ciudad central se vacía de habitantes, se consolidan sus servicios y equipamientos urbanos y por otro lado los municipios conurbados reciben masas de población que generan un caos urbano difícil de atender por gobiernos locales rurales”

El municipio de Ixtapaluca es uno de los tantos municipios que han sido parte de la conurbación de la ciudad de México, Ixtapaluca siguió el proceso de urbanización que había comenzado ya en los años 1970 con municipios como Chimalhuacán, Nezahualcóyotl y la Paz.

Es interesante mencionar que en Ixtapaluca, se da un acelerado proceso de urbanización lo cual se refleja con el crecimiento poblacional. En 1950 el municipio contaba con 10,481 habitantes, para 1970 con 39,603, en los años 2000 un total de 429,033 habitantes, ya para el año 2010 la población total es de 467,361.

Crecimiento poblacional de Ixtapaluca 1950-2010

AÑO	POBLACIÓN	DIF. PERIODO ANTERIOR
1950	10 841	--
1960	21 803	10 962
1970	39 603	17 800
1980	81 043	41 440
1990	117 927	36 884
1995	187 690	69 763
2000	293 160	105 470
2005	429 033	135 873
2010	467 361	38 328

Fuente. Elaboración propia con datos de INEGI

En un periodo de 20 años de 1990 a 2010 hay tres veces más habitantes (349 mil). El crecimiento en el número de viviendas es uno de los más importantes en el proceso de

urbanización de Ixtapaluca entre 1990 y 2005 paso de 25 mil a 94 mil, es decir 68 mil viviendas más. Según datos de SEDESOL y de INEGI para 2010 Ixtapaluca tenía un total de 117 619 viviendas habitadas lo que refleja un 3.2 % con respecto a las viviendas en el estado de México.

Viviendas en Ixtapaluca 1990-2010

Año	Viviendas	Hab. Vivienda	Dif. Al periodo anterior
1990	26 449	4.4	-
1995	40 053	4.6	13 604
2000	67 389	4.3	27 336
2005	94 280	4.5	26 891
2010	117 619(SEDESOL) 118 687(INEGI)	3.9	23 339

Fuente. Elaboración propia con datos de INEGI Y SEDESOL

Ixtapaluca tiene una cercanía muy importante con el Distrito Federal, por ello no es extraño que haya crecido aceleradamente. El Plan de Desarrollo Urbano de Ixtapaluca, refiere que el acelerado crecimiento de Ixtapaluca se debe a los siguientes factores:

- La dinámica de crecimiento metropolitano que demandó terrenos baratos aunados a la baja de los precios en los productos agropecuarios y el fraccionamiento irregular del suelo.
- La oferta de terrenos de Régimen Ejidal de media y baja productividad agrícola, con problemas para su urbanización.
- El crecimiento industrial sobre la carretera federal México-Puebla que después de Ecatepec, forma el segundo corredor industrial, junto con el Municipio de la Paz, de la zona oriente del Valle Cuautitlán- Texcoco (Modificación parcial al Plan de desarrollo urbano de Ixtapaluca, 2012).

Históricamente Ixtapaluca siempre ha estado relacionada con la ciudad de México, desde el Porfiriato se instalaron grandes haciendas agrícolas importantes. Las antiguas haciendas y ranchos se han convertido en las grandes unidades habitacionales, como la Ex-Hacienda de Santa Bárbara, donde se encuentran las Geovillas de Santa Bárbara, en el Rancho San Jerónimo el Conjunto Cuatro Vientos, la primer UH en el Rancho de San José de la Palma que lleva el mismo nombre, el Rancho Jesús María es el actual Conjunto Los Héroe y en año 2000 el Rancho el Canutillo se convirtió en el Conjunto Habitacional San Buenaventura.

“Se cree que el conjunto Los Héroe llegó a ser el más grande de Latinoamérica con 20 mil casas. Sin embargo, pronto fue sustituido por San Buenaventura con 23 mil casas. También las Geovillas de Santa Bárbara en la ex Hacienda de Santa Bárbara y Cuatro Vientos (15 mil viviendas) son importantes por su dimensión”. (Salinas 2008)

El desarrollo de las UH es lo que ha detonado el mayor crecimiento de los últimos años pero es el resultado de una tendencia que viene desde antes. Los tres actores que definieron la urbanización del municipio a partir de 1970 son:

- los asentamientos irregulares
- las organizaciones sociales populares (UPREZ y Antorcha Campesina)
- los conjuntos habitacionales de empresas privadas (UH) (Lina y Rodríguez 2003)

Ixtapaluca se transformó de lo rural a lo urbano en muy poco tiempo dejó de tener una economía y un estilo de vida rural. El municipio formaba parte del paisaje lacustre del Valle de México, de ahí sus extensas planicies óptimas para la urbanización. Prueba de ello lo dan las siguientes imágenes:



Fuente: Acervo fotográfico de ICA, vista aérea de Ixtapaluca hacia 1940.



FUENTE: fotografía tomada de la página de Facebook mi antiguo Ixtapaluca Chalco, consultado en septiembre de 2014 en ella se observa el panorama actual del municipio.

El proceso de urbanización de Ixtapaluca dio lugar a la llegada de industrias, la más importante Ayotla Textil, lo cual también contribuyó a este proceso, ya que cambió la manera de habitar el municipio, cambia no sólo el espacio sino también la vida de las personas, se pasó de ser campesino a obrero Picazo (1998:28) lo expone de la siguiente manera:

“La región donde se estableció la fábrica textil se caracterizó por zonas dedicadas a la agricultura tales como: Tlapacoya, Tlalpizahuac, Chalco, Ixtapaluca, San Francisco Acuatla, Cocotitlan, San Rafael, Amecameca y Ozumba entre otras. Por lo que los industriales aprovecharon la fuerza de trabajo que existía, contratando la mano de obra de esas comunidades.” (Picazo, 1998:28)

La fábrica **Ayotla textil** se inaugura el 30 de enero de 1947, los campesinos originarios de diferentes localidades que forman parte del municipio de Ixtapaluca, dejan el azadón y lo cambian por el uniforme de color blanco que era proporcionado por la fábrica, su origen campesino no se evidenciaba, ya que en la fábrica aprendían todo lo que debería saber.

A principio de los años cuarenta el poblado de Ayotla era desconocido, sólo unos cuantos años bastaron para que sus obreros se convirtieran en los más famosos del rumbo, el tamaño que alcanzó la planta la convirtió en la más grande de México y América Latina.

“Las maquinas automatizadas, las herramientas, el uniforme de trabajo, los salarios, y la jornada de trabajo poco a poco permitieron la apropiación de un nuevo estilo de vida llena de comodidades, que contribuyeron al cambio de actividad de quienes se habían dedicado al cultivo de la tierra antes de verse fuente a la industrialización, pero no sólo estos elementos fueron determinantes en el cambio, sino que también la urbanización de la zona de trabajo contribuyó a acelerar el proceso, por aquellas actividades menos pesadas, menos fatigosas, pues su trabajo en la industria comprendía sólo a una actividad dentro del proceso de producción de telas de algodón.” (Picazo, 1998:40)

Si bien la historia y el cambio que se da con la creación de Ayotla textil es muy importante, ya que esto da inicio a la industrialización del municipio, Ayotla textil fue protagonista del movimiento obrero de 1970, posteriormente se crearon parques industriales a la par de la construcción de la autopista México-Puebla. Entre otros el Jardín Industrial Ixtapaluca donde destacan la procesadora de lácteos, alimentos especializados Gómez, S.A. de C.V., detergentes y productos químicos para la industria textil, embotelladoras y distribuidoras de agua purificada, imprenta Offset, artes gráficas en general, fabricación de cristal cortado automotriz, fabricación de muebles de madera y venta, fabricación de aparatos eléctricos y

extracción diversa de mármol. En 1980 se instaló Yakult de México, empresa de origen japonés. A partir de 1990 en la salida de Chalco, junto a la caseta de cobro, se consolidó el parque industrial La Espinita, cuya principal empresa es Panasonic. En esta década el municipio comenzó a presentar grandes transformaciones, al cerrarse Ayotla Textil, una de las industrias más importantes de la región oriente, y da inicio la urbanización acelerada del municipio.

Junto con el acelerado crecimiento urbano, en la década de los 90s se da un nuevo proceso en el que se crea una gran cantidad de comercios dentro de centros comerciales, esto se da también en el municipio de Chalco, y es así como surge Galerías Ixtapaluca y en el 2000 Bodega Aurrera en Chalco e Ixtapaluca, así como Comercial Mexicana y Gigante. Un nuevo proceso se da en Ixtapaluca, el espacio urbano cambia con la construcción de los centros comerciales que juegan un papel importante en la manera de habitar la ciudad, cambia la dinámica de consumo que se da en el municipio.

“El fenómeno comercial va de la mano con los mega proyectos de vivienda. En el 2006 surgieron como ‘de la nada’ centros comerciales con dimensiones correspondientes al fenómeno habitacional que se estaba presentando en el municipio: Plaza Sendero cuya principal tienda es Soriana (además de Woolworth, Potzolcalli y cinemas Cinépolis) se construyó velozmente y, al mismo tiempo, en el predio de enfrente se edificó Plaza el Cortijo, donde se encuentra Wall Mart, Suburbia, Office Max, Sport City, Cinemas Lumiere, algunos bancos y una Terminal de transporte terrestre ADO, además de pequeños negocios de ropa, calzado y electrodomésticos. Ambas plazas, Sendero y El Cortijo se han convertido a sus tres años de existencia en las de mayor rentabilidad por la cantidad de población que han captado en toda la región. Su ubicación resulta estratégica, a ella converge la población de Ixtapaluca, Chalco, Amecameca y Tlalmanalco, los municipios con mayor grado de integración urbana de la Región de los Volcanes.” (Arango, 2010: 83)

Los problemas que se pueden tener en Ixtapaluca, se deben principalmente al proceso acelerado de urbanización que ha sufrido el municipio, Ixtapaluca fue el “laboratorio de los mega proyectos habitacionales”, nunca se pensó los problemas que tendría en el municipio administraciones gubernamentales van y vienen, y el rezago social se hace evidente en el municipio.

El plan de desarrollo municipal, señala que al ser Ixtapaluca un municipio receptor de población, hace que exista una gran presión para ocupar nuevas tierras, para el año 2010 la población fue de 467 361 habitantes lo que representa un 3.07 % del total Estatal. Desde el punto de vista de la localización física, la mayoría de la población se concentra en la cabecera municipal y la demás se dispersa en el resto del territorio.

Esta información señala que en los próximos años se continuará con una demanda muy importante de suelo para atender las necesidades de la población local y migrante. Respecto a la estructura poblacional, el propio plan municipal de desarrollo urbano señala que existe una base muy amplia de la población en condiciones de ser productiva, que igualmente demandan servicios, salud, deporte, recreación y primordialmente empleo.

El Plan de Desarrollo Municipal junto con CONAPO consideran que el crecimiento en el municipio continuará. Se estima que entre 2015 y 2020 habrá un incremento de 4 890 viviendas.

También menciona que el servicio de drenaje es el que representa mayor déficit dentro del Municipio, ya que sólo cubre un 65% aproximadamente, por lo que 33 viviendas en promedio de cada 100, carecen de éste servicio; algunas de las descargas que se hacen a cielo abierto se dirigen a los cárcamos provisionales para bombearlos al Canal de la Compañía y en otros casos se evaporan en terrenos al aire libre o bien se conducen a canales y zanjas. Cabe mencionar que en Ixtapaluca en temporada de lluvia el problema que se tiene es las inundaciones, el desborde del canal de la compañía, el cual una parte ya se encuentra entubada.

Es importante hacer mención al abastecimiento de agua potable, la red de agua potable proporciona tomas de agua al 90 % de la población, pero el problema es que también hay un déficit en el abastecimiento ya que las redes se encuentran muy deterioradas, y de 10 pozos de agua que abastecían a la población, actualmente sólo dos se encuentra en funcionamiento. El problema se agrava en las colonias populares, ya que los asentamientos se encuentran en zonas de topografías irregulares en donde es difícil el abastecimiento y la ampliación de la red de agua potable.

Otro problema que se genera al conurbarse un municipio, es que hace más difícil la movilidad, muchas de los habitantes del municipio tienen que salir de él para trabajar, ir a la escuela etc., ya que al crecer la población no ha habido un incremento de la infraestructura educativa, ni empleos que den abasto a los habitantes, muchos salen hacia el Distrito donde existe más empleo y la infraestructura educativa es más amplia.

En el caso de Ixtapaluca es atravesado de oriente a poniente por la carretera federal México-Puebla y por la vía de cuota con el mismo origen y destino, así como de norte a sur por la México-Cuautla, de estas, la primera y la última han recibido un incremento sustancial en el número de usuarios derivado del crecimiento poblacional de la zona, a este sistema carretero regional se suma el Circuito Mexiquense que permite la interacción con otros puntos del Valle de México.

Cabe destacar que se debe planear mejor la infraestructura vial en el municipio, ya que lejos de ayudar a tener una movilidad eficiente, la inadecuada estructura vial genera más caos. Esto también se debe al sistema de transporte existente en el municipio, existen rutas que comunican Ixtapaluca con la línea A del metro que va de la Paz a Pantitlán, otras de Ixtapaluca a metro Aeropuerto y al metro Santa Martha, existe un gran número de transporte “pirata” que son transportes que no cuentan con papeles para dedicarse a este rubro, no cuentan con tarifa establecida, esto a su vez genera una problemática más como es el robo y asaltos a los usuarios de este transporte.

Como podemos dar cuenta no hay una planeación adecuada ante estos problemas, conforme pasa el tiempo al parecer se construye ciudad sobre ciudad, y por ejemplo el que haya transporte pirata responde a una problemática que es la falta de transporte público que de abasto a la gran cantidad de población, por otro lado el transporte pirata genera otra problemática, los robos.

Pasando a otro tema que existe también es que en el municipio hay un gran déficit de equipamiento¹ tanto cultural como educativo, por lo que la población tiene que desplazarse hacia otras zonas para cubrir estas necesidades. La estadística municipal básica de 2011, menciona que hay un total de 163 preescolares que dan abasto a 17 256 alumnos, en primaria hay 189 planteles para 61 013 alumnos, en media superior hay 31 planteles para 11 306 y en cuanto a superior hay 7 planteles para 3 270, cabe mencionar que estos son datos de la estadística municipal, pero debemos considerar que muchos de los habitantes se desplazan a otros lugares no sólo para recibir educación sino también para trabajar.

En cuanto a materia cultural que es el tema que más nos interesa, datos tomados de SIC CONACULTA nos arroja una incipiente infraestructura cultural en el municipio, es importante hacer mención que la infraestructura que arroja el SIC CONACULTA es del año 2010, el panorama que hoy se tienen es diferente, se han hecho esfuerzos por crear lugares para tener acceso a la cultura, como lo es la casa de cultura ubicada en la unidad Habitacional Palmas y la casa de cultura del Carmen.

En el mismo Plan de Desarrollo Municipal hace mención que en cuanto al tema de cultura sólo se cubre a un 10 % de la población, esta infraestructura no es equiparable a la cantidad de población que existe en el municipio, pero quizás el problema principal es la distribución sobre el territorio, esta infraestructura se encuentra ubicada sólo en una parte del territorio, que como veremos más adelante esta distribución sobre el territorio se vuelve una barrera de acceso para acceder a los bienes culturales. A continuación muestro el cuadro de infraestructura cultural que hay en el municipio.

¹ En este texto utilizaremos de manera indistinta los términos de equipamiento e infraestructura cultural de manera indistinta.

Consideraremos estos términos como el conjunto de soportes materiales o las instalaciones físicas en la estructura urbana controlada por entidades especializadas en la producción, preservación, difusión y consumo de bienes culturales los cuales conforman diversos sistemas de interpretación de la realidad.

Infraestructura cultural en Ixtapaluca.

Tipo de infraestructura	Cantidad en el municipio
Bibliotecas públicas	7
Complejos de cines	5
Librerías	1
Centros culturales	3
Museos	1
Zonas arqueológicas	3

Fuente: elaboración propia con datos de SIC CONACULTA y con recorridos de campo.

En el siguiente apartado ampliaremos más el tema de la infraestructura cultural que hay en el municipio haciendo una comparación con la infraestructura cultural que hay en el Distrito Federal, y daremos cuenta como en Ixtapaluca es que crece la población pero no lo hace a la par que la infraestructura cultural, y en el D.F lo que ocurre es que la infraestructura se concentra en pocos lugares como el centro y sur del D.F.

1.3 Crecimiento de la ciudad, estancamiento de lo cultural.

Observamos en el apartado anterior que la conurbación se hace de manera no planificada y genera consigo problemas que impactan en la desigualdad, Arango (2010:108) lo expone de la siguiente manera.

“Debido a su ubicación sobre dos entidades políticas diferentes, la Ciudad de México se encuentra fragmentada. La diferencia del grado de consolidación urbana de la ciudad central y de los municipios conurbados es una fuente inagotable de conflictos. La desigualdad se presenta en la infraestructura, equipamiento y servicios urbanos como el transporte y vialidades, el mantenimiento y pavimentación de calles, alumbrado público, escuelas, hospitales, abasto y áreas de recreación, entre otros ejemplos. A nivel económico

el Distrito Federal concentra los empleos bien remunerados y se da un gran vacío en la periferia conurbada”.

En la periferia de la ciudad no sólo se da un gran vacío en los empleos, sino en muchos ámbitos de lo que implica el habitar una ciudad, en cuanto al tema a que gira este trabajo que es el equipamiento y el consumo cultural, damos cuenta que el déficit es muy grande. Existe una gran desigualdad para el acceso a la cultura.

En esta expansión de la ciudad podemos observar una gran desigualdad para acceder a la cultura, en la periferia oriental de la ciudad existe un deficiente equipamiento cultural, esto añadimos un bajo nivel educativo, en la zona norte encontramos mayor escolaridad y algunos servicios más difundidos, en el poniente se dispone de mejor escolarización pero insuficientes instalaciones para el espectáculo en espacios públicos.

La desigualdad en el consumo cultural en México la expone García Canclini (1998:26) de la siguiente manera: “se explica en México como en otros países, por las diferencias de capital económico y educativo. Pero en la capital mexicana también influyen las dificultades de acceso a los centros culturales y la disponibilidad desigual del tiempo necesario para llegar a ellos, dado que la mayor parte de la población habita lejos de los sitios donde se aglomeran los principales equipamientos”.(García Canclini,1998:26)

En el caso de Ixtapaluca su equipamiento cultural es deficiente, por eso no es de extrañar que muchas de los habitantes tengan que salir de su municipio para acceder a algún tipo de oferta cultural, o lo que podía ser más grave, las personas prefieran replegarse en sus hogares y consumir la cultura desde los mismos.

Esto se debe a que la ciudad ha crecido tanto que la movilidad se hace más difícil a esto se le añaden otras barreras de orden económico y simbólico, vemos cómo es que se articulan muchas barreras para el acceso a la cultura, pero la distribución de los equipamientos culturales sobre el territorio hace aún más difícil el acceso. Esto genera “un consumo desterritorializado, desigual y de baja participación en la cultura publica urbana.”(García Canclini, 1998:27)

Con ayuda de la Doctora Ana Rosas Mantecón y varios compañeros, nos dimos a la tarea de rastrear la infraestructura cultural existente en la Zona Metropolitana de la Ciudad de México, con ello dimos cuenta como existen delegaciones mejor equipadas que otras, en este trabajo dimos cuenta que las delegación mejor equipada es Cuauhtémoc, la cual se encuentra en el centro de la ciudad a esta le siguen Coyoacán, Benito Juárez y Miguel Hidalgo. Las demás delegaciones diremos que tienen un bajo equipamiento cultural a diferencia de las delegaciones del centro, sur y poniente del Distrito Federal, y es importante también mencionar que las delegaciones con bajo equipamiento son las más pobladas.

A esto García Canclini dice “ la enorme expansión territorial y de población que hubo en esta segunda mitad de siglo XX no fue acompañada por un aumento correlativo de los equipamientos culturales, ni por una distribución que permitiera alcanzar a las poblaciones situadas en la periferia , donde se registran las tasas más elevadas de crecimiento”(García Canclini,1998:49)

Tal es el caso del municipio de Ixtapaluca el cual tiene una tasa de crecimiento alto el cual alcanza casi el medio millón de habitantes, pero al revisar la infraestructura observamos que es muy deficiente y no crece a la par que su población.

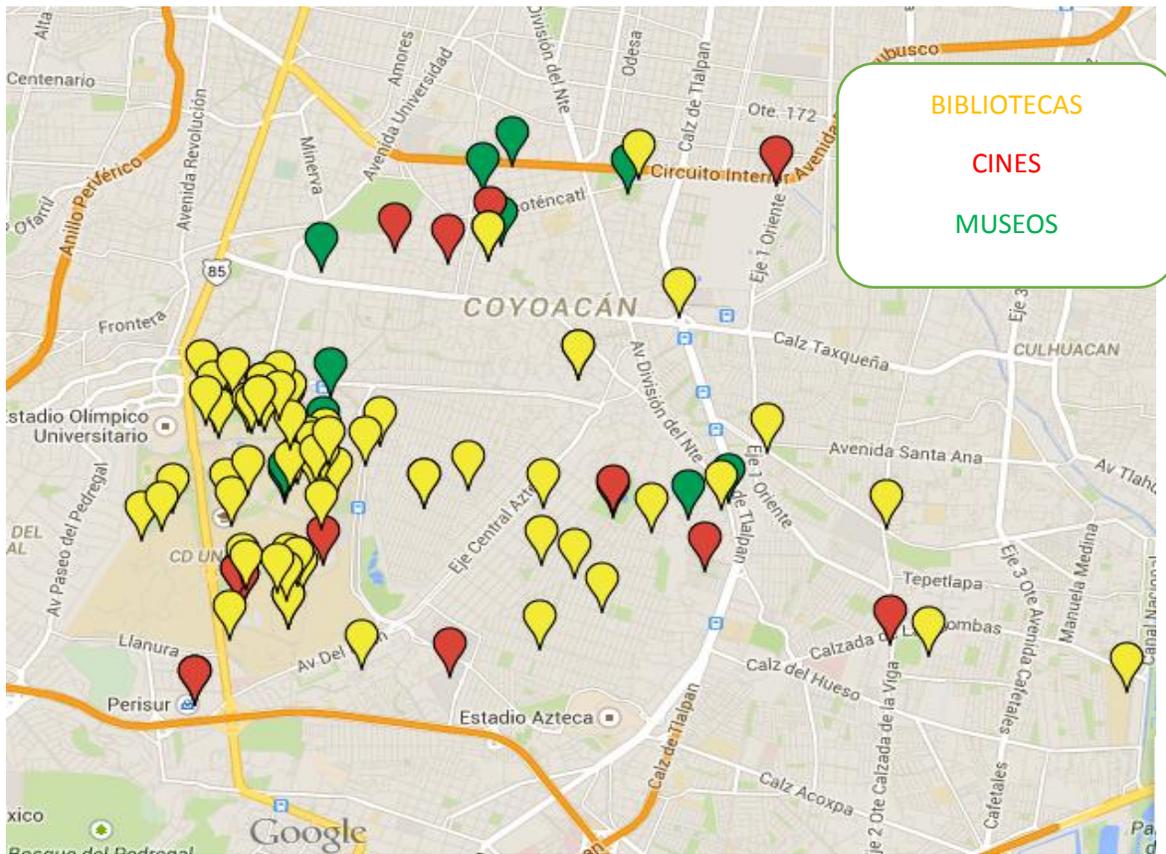
Si para habitantes del Distrito Federal que no se encuentran en este triángulo de la oferta cultural (centro, sur y poniente), es difícil el acceso a la oferta cultural, el pensar que un habitante de Ixtapaluca tenga acceso a la oferta cultural de estas delegaciones, ya que no sólo es la distancia sino lo caro que es el traslado de este municipio al D.F.

Por ejemplo el salario mínimo general, en nuestra zona de estudio a partir de enero de 2015 se calcula en \$66.45 (CONASAMI 2015) si tomamos en cuenta que el pasaje de Ixtapaluca al centro histórico es más o menos de \$30 pesos damos cuenta que la mitad del salarios se destinaria solamente al costo del transporte para llegar a la zona donde se halla la oferta cultural y a esto sólo pensemos en añadirle el costo de la entrada.

Lo que nos interesa es mostrar esta desigualdad en cuanto al equipamiento cultural, en los mapas realizados en el proyecto impresiona la concentración de infraestructura que hay en

la delegación Cuauhtémoc, pero tomaremos de base la delegación Coyoacán, que es una de las delegaciones mejor equipadas ilustramos ello con un ejemplo; en el siguiente mapa se muestra solamente parte de la infraestructura de esta delegación.

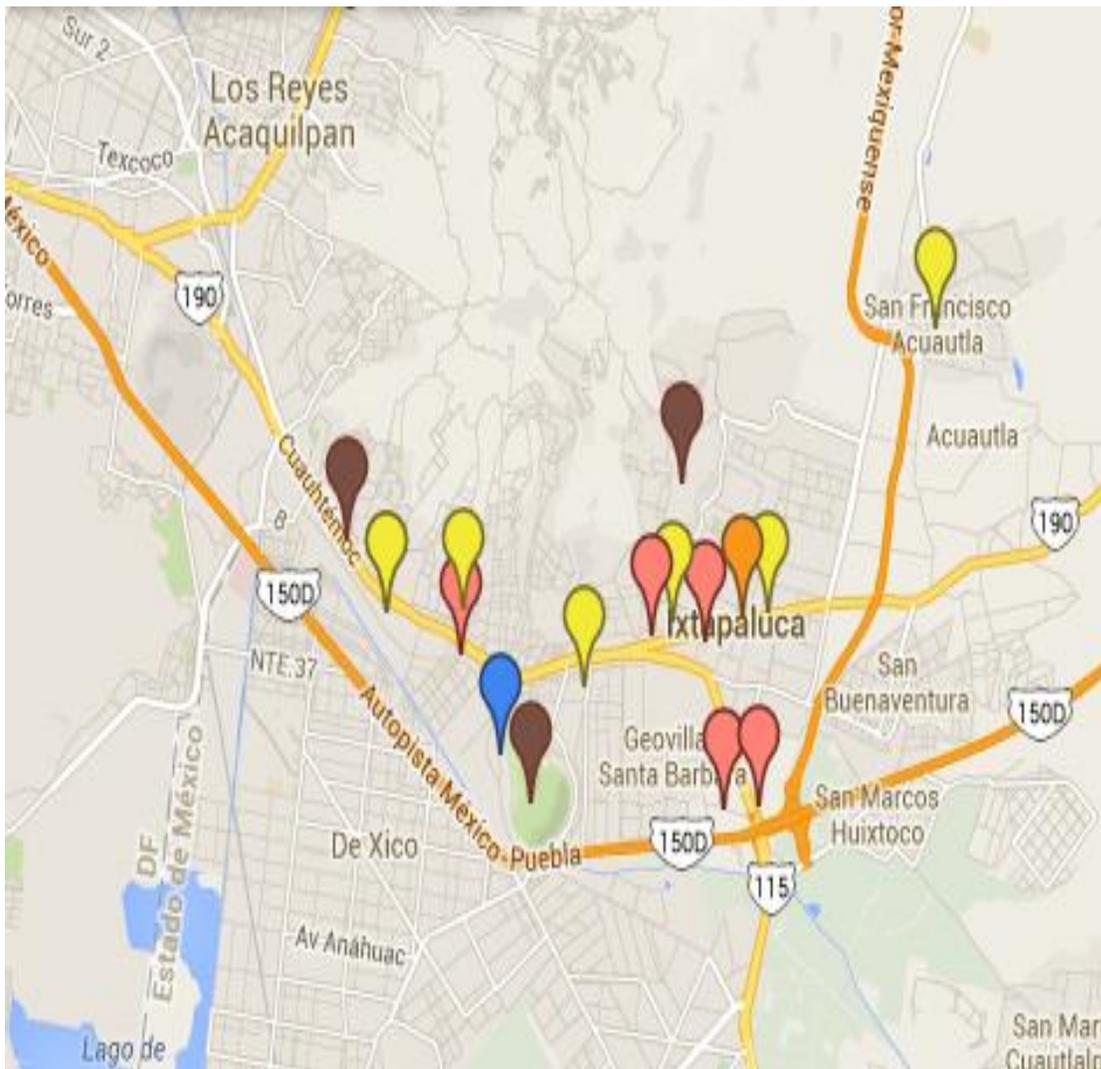
Mapa de infraestructura cultural en Coyoacán.



Fuente: Elaboración propia con datos de SIC CONACULTA, este mapa sólo muestra una parte de la infraestructura cultural de Coyoacán, correspondiente a cines, museos y bibliotecas.

Ahora en el siguiente mapa se muestra toda la infraestructura cultural que se concentra en el municipio de Ixtapaluca, el cual es fácil contabilizarla en un mapa, en cambio en la delegación Coyoacán fue un poco más difícil registrar la cantidad de infraestructura cultural.

Mapa de infraestructura cultural en Ixtapaluca



Fuente: Elaboración propia con datos de SIC CONACULTA, la cual se complementó con la infraestructura que hay en el municipio, pero que no la registra el SIC CONACULTA. Este mapa a diferencia del de Coyoacán solo muestra toda la infraestructura cultural del municipio que consta de 7 bibliotecas públicas, tres casa de cultura, tres zonas arqueológicas, una librería y 5 cines.

En Ixtapaluca como vemos hay una baja infraestructura cultural a comparación de Coyoacán, también damos cuenta que esta infraestructura se encuentra distribuida en una sola parte del territorio, lo cual implica una barrera de acceso geográfico a estos consumos culturales.

Podemos en este punto cuestionarnos qué implica el tener una limitada oferta cultural, pues veremos más adelante que todo radica en la importancia que tiene los consumos

culturales ya que no sólo son ofertas que se limitan al tiempo libre y el ocio, sino que el tener una oferta cultural amplia y un libre acceso a ellas , nos permitirá tener más maneras de explicarnos el mundo y con ello ser capaces de tener conciencia de los problemas que nos rodean, ya que en estas oferta podemos encontrar espacios de socialización en el que podamos construir red de relaciones sociales y así reconstruir el tejido social, que en la actualidad se ha deteriorado debido a los diferentes problemas que enfrenta nuestra sociedad.

CAPITULO 2. CONSUMIENDO CULTURA

2.1 EL CONSUMO CULTURAL

¿Qué son los consumos culturales? , término que es difícil de describir ya que en sí mismo implica tener en mente otros conceptos que son parte de él mismo, como lo es los bienes culturales y los públicos.

Para despejar un poco el panorama sobre ¿Qué son los consumos culturales? es preciso retomar a García Canclini, uno de los pioneros en conceptualizar los consumos culturales, menciona que no hay que confundir los consumos culturales, con el término que llamamos “consumismo”.

García Canclini se pregunta ¿qué se entiende por consumo y por qué consume la gente? Ante esta pregunta el propone criticar las nociones de necesidades y de los bienes para esto primero cuestiona la concepción naturalista de las necesidades y con ello dice “Lo que llamamos necesidades- aun las de mayor base biológica, surgen en sus diversas presentaciones” culturales como resultado de la interiorización de determinaciones de la sociedad y de la elaboración psicosocial de los deseos. La clase, la etnia o el grupo al que pertenecemos nos acostumbramos a necesitar tales objetos y apropiarnos de cierta manera. Y, como sabemos, lo que se considera necesario cambia históricamente, aun dentro de una misma sociedad (García Canclini, 1993: 23).

En segundo lugar, el autor cuestiona la concepción instrumentalista de los bienes, se trata de la idea de que los bienes culturales serían producidos por su valor de uso, para satisfacer necesidades de un ámbito distinto al propiamente cultural. Así, por ejemplo, el consumo tendría que ver con objetos de reproducción ampliada del capital y de distinción entre clases y los grupos.

Inicialmente García Canclini, define el consumo como el conjunto de procesos socioculturales en que se realizan la apropiación y los usos de productos (García Canclini, 1993:24), después pasa a desarrollar una serie de modelos en los que se va explicando lo

complejo que llega a ser el concepto de consumo, para finalmente englobar estos modelos y dar una definición de lo que es el consumo cultural.

Con estos modelos muestra que no es fácil definir el consumo, ya que al hablar de él se tienen que tomar en cuenta la concepción de varias disciplinas, el consumo tiene que ser tratado desde un punto de multidisciplinario. A continuación exponemos los modelos que propone García Canclini, y como es que formula su definición de consumos culturales.

- El consumo es el lugar de reproducción de la fuerza de trabajo y de expansión del capital. En esta perspectiva no es la demanda la que suscita la oferta, no son las necesidades individuales ni colectivas las que determinan la producción de bienes y su distribución. Las “necesidades” de los trabajadores, su comida, su descanso, los horarios de tiempo libre y las maneras de consumir durante éstos, se organiza según la estrategia mercantil de los grupos hegemónicos. La incitación publicitaria a consumir, y a consumir determinados objetos, el hecho de que cada tanto se los declare obsoletos y sean remplazados por otros, se explican por la tendencia expansiva del capital que busca multiplicar sus ganancias.
- El consumo es el lugar donde las clases y los grupos compiten por la apropiación del producto social. Como escribió Manuel Castells, el consumo es el lugar en donde los conflictos entre clases, originados por la desigualdad participación en la estructura productiva, se continúan a propósito de la distribución y apropiación de los bienes... De ver al consumo como un canal de imposiciones verticales, pasamos a considerarlo un escenario de disputa por aquello que la sociedad produce y por las maneras de usarlo.
- El consumo como lugar de diferenciación social y distinción simbólica entre los grupos. El consumo es el área fundamental para construir y comunicar las diferencias sociales... la diferenciación se produce cada vez más no por los objetos que se poseen sino por la forma en que se los utiliza...el hecho de que muchas distinciones entre las clases y fracciones se manifiestan, más que en los bienes materiales ligados a la producción, en las maneras de transmutar en signos de objetos consumidos. Estudios como los de Pierre Bourdieu revelan que, para ocultar

las diferencias por las posesiones económicas, se busca justificar la distinción social por los gustos que separan a unos grupos de otros.

- El consumo como sistema de integración y comunicación. El consumo puede ser un escenario de comunicación y de integración. Esto puede confirmarse observando prácticas cotidianas: en todas las clases sociales, reunirse para comer, salir a ver aparadores, ir en grupo al cine o a comprar algo, son comportamientos de consumo que favorecen la sociabilidad. Aun en los casos en que el consumo se presenta como recurso de diferenciación, constituye, al mismo tiempo, un sistema de significados comprensibles tanto para los incluidos como para los excluidos
- El consumo como escenario de objetivación de los deseos. El deseo es errático, insaciable por las instituciones que aspiran a contenerlo. Las comidas satisfacen la necesidad de alimentarse, pero no el deseo de comer el cual se vincula, más que con el valor material de los alimentos, con el sentido simbólico de los rituales en que los ingerimos.

¿Cuál es el deseo básico? De Hegel a Lacan se afirma que es el deseo de ser reconocido y amado. Pese a ser difícilmente aprehensible, el deseo no puede ser ignorado cuando se analizan las formas de consumir.

- El consumo como deseo ritual. A través de los rituales la sociedad selecciona y fija, mediante acuerdo colectivos los significados que la regulan. Los rituales explica Douglas e Isherwood “sirven para contener el curso de los significados” y hacer explícitas las definiciones públicas de lo que el consenso general juzgan valioso. Pero los rituales más eficaces utilizan los objetos materiales para establecer los sentidos y las prácticas que lo preservan. (García Canclini, 1993: 25-31)

Ante los modelos ya citados, García Canclini nuevamente se cuestiona acerca de que es lo específico de los consumos, si al apropiarse de un bien, se hace de manera simbólica, integra y comunica y todo esto son hechos culturales, caemos nuevamente en la idea de que todo consumo es cultural, entonces porque se denomina a ciertos bienes o actividades como culturales, para esto García Canclini define lo que es el consumo cultural.

“El consumo cultural es el conjunto de procesos de apropiación y usos de productos en los que el valor simbólico prevalece sobre los valores de uso y de cambio, o donde al menos estos últimos se configuran subordinados a la dimensión simbólica” (García Canclini, 1993: 34).

En el texto llamado *Una canasta básica de consumo cultural para América Latina*, haciendo uso de la definición de García Canclini, Pedro Güell, Rommy Morales y Tomas Peters mencionan, que de modo ampliado “consumir cultura significa entonces relacionarnos con una oferta ligada al entretenimiento (fiestas, celebraciones), a la información (periódicos, Internet, revistas, diarios) y a experiencias estéticas (artes visuales, conciertos, teatro, etc.), pero, al mismo tiempo, satisfacemos otras necesidades como la identificación grupal, regional, nacional o multinacional, nos distinguimos socialmente (y simbólicamente), logramos sociabilidad con otros por medio de ritos (expresión) y apropiación de espacios públicos (prácticas) y, a la vez, participamos (en distintas formas culturales) en el mundo” (Güell, Morales y Peters, 2011 :48).

Es importante siempre que se trabaje sobre consumo cultural tener en cuenta estas definiciones, ya que con ello podemos entender que el consumo cultural, no sólo debe de ser visto como una actividad para el momento de ocio y el tiempo libre, sino que en este proceso de apropiación del consumo cultural, se nos permite, ser capaces de erigir consenso social, reelaborar nuestra visión del mundo, al consumir también se juegan lugares sociales.

Es un tanto difícil comprender esta definición ya que al hablar sobre el consumo cultural, implica también tomar en cuenta varias nociones, al haber un consumo, tienen que existir los “bienes” que se consume en este caso los bienes culturales. Pero el consumir cultura, implica también hablar sobre ¿Quiénes consumen esa cultura? Por ende es importante en este capítulo también dar un lugar a “los públicos” que son los que se apropian de los bienes culturales.

Ana Rosas Mantecón nos muestra que el consumo cultura no debe ser observado desde una sola óptica, sino que se debe considerar el campo cultural en el que estas prácticas se

llevan a cabo, ya que es el campo cultural, el lugar donde se puede le puede dar el carácter de cultural a ciertas ofertas.

“No es sino dentro del campo cultural y de sus articulaciones con el mundo social que podemos redefinir todos los términos de la ecuación que constituye los consumos culturales, los cuales se miran naturalizados; se trata entonces de describir el proceso por el cual determinados productos se transforman en ofertas culturales (bienes y servicios), ciertos sujetos sociales en públicos y otros en agentes productores en de la obras... Cuando hablamos de consumos culturales nos referimos entonces a las prácticas de relación de los públicos con los bienes y servicios producidos dentro del campo cultural, con dinámicas específicas de producción, circulación y recepción de los bienes culturales” (Rosas Mantecón, 2012: 150)

Cómo podemos diferenciar los bienes culturales de las mercancías, en esta época en que la exhibición cinematográfica se encuentra dentro de centros comerciales, como no repensar las películas como meras mercancías.

Podemos inferir que las mercancías y los bienes culturales se diferencian porque si bien las primeras poseen una densa carga simbólica no pueden ser llamados bienes culturales, ya que estos se definen así por el campo cultural en el que se encuentran inmersos.

Los bienes culturales son objetos materiales y simbólicos que se encuentra inmersos en un campo de producción cultural, en los bienes culturales prevalece los valores simbólicos sobre los de uso y cambio debido al campo cultural al que pertenecen.

Para el caso de nuestra investigación las películas se convierte en los bienes culturales, que los públicos se apropian el valor simbólico que puede presentar para el público que se apropia de ellos.

2.1.1 PÚBLICOS

Si bien hasta aquí hemos tratado de entender que es el consumo cultural, y sabemos que al haber un consumo, estamos hablando de una relación oferta demanda, la demanda, en el caso de los consumos culturales, la deben de dar lo que llamamos “público”, pero que es lo que podíamos llamar público aunque como dice Ana Rosas Mantecón lo correcto es hablar de públicos.

Es importante el estudio de los públicos, ya que con ello se sientan las bases para desarrollar políticas culturales que sintonicen con las necesidades y demandas de sectores diversos. Uno de los aportes del estudio del consumo cultural, es precisamente documentar el perfil de los públicos, y que el hablar de los públicos, implica estar conscientes que no nos hallamos ante públicos homogéneos. La apropiación de la oferta cultural será diferente, dependiendo de la edad, género, origen social etc.

Al realizar estudio de públicos observamos que la oferta cultural, no está diseñada para enfrentarse a la diversidad de los públicos, se piensa siempre en el público como, gente en general, o lo pensamos como un aglomerado de personas ante un espectáculo, o también llamados público a aquellos que se forman ante un tipo de música, lectura o imagen etc.

Al hablar de públicos que consumen cultura, no podemos sólo quedarnos con esta idea general de público ya que también debemos tener en mente que los públicos no nacen de la nada sino que existen diferentes factores que intervienen en esta formación.

“Si nos limitamos a analizar al individuo o los grupos que consumen las ofertas culturales podemos descuidar la reflexión acerca del conjunto de transformaciones y condiciones que intervienen en el surgimiento de determinados públicos y el modo en que ellos se insertan en ello... de lo que se trata es de comprender los mecanismos por los cuales los individuos aceptan...convertirse en seres genéricos, es decir, parte de un colectivo mayor que se auto reconoce como público” (Rosas Mantecón, 2014: 2)

El rol de públicos, no puede existir, por si sólo surge ante la apropiación de determinada oferta culturales, “El rol se vuelve un referente identitario y de adscripción (brinda respuestas a las inquietudes sobre quiénes somos y a dónde pertenecemos) a partir del cual los públicos se relacionan con lo que se produce en el campo, con otros agentes del campo (artistas, críticos, otros públicos, etc.) y al exterior del campo, trascendiendo a la relación con las ofertas culturales e impactando otras dimensiones de la vida social. Al pensar la noción de público en este sentido, reconocemos que “ser público no es una mera actividad; es una condición, un modo de existencia de los sujetos” que se entrecruza con otras modalidades de ser en sociedad” (Rosas Mantecón, 2014: 3)

Los públicos no se dan en el vacío, surgen ante una oferta y lo interesante para nuestro tema es, saber que no sólo basta con una oferta cultural que convoca, sino que el proceso de apropiación dependerá de otros factores como la edad, el género, los ingresos, estudios etc. Entonces los que son atraídos por cierta oferta cultural, son personas que ha logrado vencer las barreras de acceso que pueden ser geográficas, simbólicas, económicas etc.

Pero que sucede con todos aquellos que no logran vencer esas barreras, es aquí donde se debe de intervenir, para poder democratizar la cultura, si bien sabemos que no todos consumen lo mismo, es preciso poner atención en acercar la cultura que se tenga la posibilidad de poder elegir, ya que si bien hay quienes acceden a la cultura, haciendo uso del espacio público, hay quienes hacen un uso sólo de lo que la televisión ofrece.

2.1.2. BARRERAS DE ACCESO A LOS CONSUMOS CULTURALES

El poder acceder a un tipo de oferta cultural, el convertirse en consumidor de cultura, no es tarea fácil, no sólo implica como hemos visto una oferta que convoque, sino que el poder ser consumidor de cultura implica, un mar de barreras que pueden ser de diferente índole y no sólo es una barrera la que hay que vencer sino que, en ocasiones son tanta barreras que se articulan de tal manera que es difícil que los sujetos sociales lleguemos a convertirnos en públicos, el adquirir este adjetivo, implica como lo menciona Ana Rosas Mantecón, haber vencido muchas barreras por ejemplo :

Las barreras geográficas que separan los espacios culturales, cuya distribución se encuentra concentrada en una sola parte de la ciudad, ya lo hemos comprobado en nuestra investigación, al dar cuenta que la mayor parte de infraestructura cultural está en la parte centro del Distrito Federal, dejando fuera a mucha población que habitan en la periferia. Que si bien esta población hace un uso intensivo de la ciudad, es sólo para trabajar y para estudiar, los que logran llegar es también por que optan por salir de casa que es el lugar donde se han relegado muchas personas, consumiendo lo que la cultura mediática ofrece.

Otra barrera a vencer sería de carácter económico, al haber una distancia geográfica de los espacios culturales, implica el tener que moverse hasta el lugar con esto estamos hablando de tener que pagar un traslado, al lograr llegar nos encontramos con que en ocasiones hay que pagar un boleto. No sólo basta con lograr llegar y pagar, algo más sería ser heredero de un determinado capital cultural, que nos permita ser capaces de disfrutar y entender lo que se oferta.

Si se logra llegar, también hay que enfrentarse a lo selectivo que puede ser algún tipo de oferta, porque si bien se supo que las ofertas culturales convocan, se piensa que todos pueden apropiarse de ella, pero hay que enfrentarse en ocasiones a lo que se llama el público implícito, ya que la misma oferta es la que selecciona y crea a su público, excluyendo a los que no son capaces de adaptarse a las exigencias de la oferta cultural.

“La no asistencia puede ser producto no sólo de la lejanía geográfica, la falta de capital cultural o económico. Podemos identificar también barreras simbólicas que impiden el acceso. La magnificencia de las construcciones en las que se muestra las ofertas culturales, su vinculación con la alta cultura y los sectores más pudientes pueden ser un factor de expulsión. El miedo resulta también en múltiples ocasiones una barrera infranqueable: al qué dirán, a entregarse a actividades cuya utilidad no está bien definida; a evidenciar nuestra ignorancia frente a los menores, a lo desconocido o a no entender lo que se presentara. Obstáculos y tabúes, nos dice Michel Petit, se refuerzan unos a otros: ausencia de libros en el hogar, la imposición de lo útil sobre lo placentero, la desconfianza respecto a lo que se piensa que no es para uno, resistencia al cambio que puede significar las prácticas culturales” (Rosas Mantecón, 2014:5).

Ana Rosas Mantecón, nos muestra que acceder a las ofertas culturales y el ser parte de un colectivo llamado públicos, implica sortear incontables barreras, pero el ser un público no se da por sí sólo sino que resulta de la influencia de la familia, amigos, escuela, medios de comunicación, intermediarios culturales, etc. La influencia de estos nos permitirá ser o no parte de los públicos de las ofertas culturales.

Como vemos el estudio del consumo cultural implica varias nociones, y su comprensión es una área clave para ser parte activa de una sociedad que se ha encargado de relegarnos a la esfera privada, cada día el espacio público, como espacio de encuentro y sociabilidad, va desapareciendo la apropiación de las ofertas culturales, nos invita a hacer más uso del

espacio público ya que si hablamos de oferta cultural es preciso aquí dar un lugar a el esqueleto que guarda a esa oferta lo que sería la infraestructura cultural.

2.1.3. INFRAESTRUCTURA CULTURAL.

Existen una gran variedad de discusiones para poder definir el objeto específico de estudio del equipamiento o la infraestructura cultural, diversas concepciones en la arquitectura, el urbanismo y la sociología urbana proporcionan elemento para su estudio, pero no hay una definición específica, se utilizan términos como medios de consumo colectivo, infraestructura urbana, equipamientos colectivos, soportes materiales, para poder denominarlos.

“Cada uno de los equipamientos, la fábrica y la escuela, los parques, los museos, los cines y los teatros, los ejes viales... por citar algunos van definiendo una fisionomía urbana y un modo de habitar la ciudad. Los equipamientos colectivos, para algunos, significan el ‘esqueleto del espacio urbano’, aunque heterogéneos tienden, sin embargo, a objetivos similares: en primer lugar, producir integración pero a la vez, representan una distribución del territorio, particiones, subdivisiones en el cuerpo social, reorganización del espacio y el tiempo (Ochoa, 1998:3).

La infraestructura cultural es el espacio material que alberga cierta oferta cultural, pero al estudiar una infraestructura cultural, no debemos pensarla sólo como un objeto material que conforma el esqueleto de la ciudad, la importancia de estos equipamientos es que deben de ser vistos como un campo de significaciones y representaciones simbólicas

“... Los equipamientos colectivos no deben ser estudiados como estructuras y relaciones reales, sino como estructuras y relaciones simbólicas. Desde la óptica culturalista, se consumen fantasías o símbolos. En vez de real el consumo es simbólico” (Ochoa, 1998: 4).

Estos espacios no pueden ser estudiados sólo como objetos materiales, ya que son parte de la formación de los consumidores de cultura, en estos espacios no sólo de da la apropiación

de una oferta cultural, sino que es donde se concentran los sujetos sociales, por ende estos espacios son un lugar de encuentro donde se permite la sociabilidad.

Cuauhtémoc Ochoa toma la definición general de Preciat sobre los equipamientos y la de Gonzales para llegar a una definición de lo que son los equipamientos culturales.

“Por una parte Preciat propone que es un conjunto de equipos de carácter gubernamental y social o conjunto de soportes materiales de las superestructuras jurídico política e ideológica al que se suman los soportes materiales de las condiciones generales de reproducción de la población. Por otro lado González plantea que un equipamiento cultural es la presencia en el ambiente urbano de instalaciones físicas controladas por instituciones precisas y especializadas en construir, preservar y difundir de manera especializada sistema de interpretación de la realidad. A partir de tales definiciones entendemos el equipamiento cultural como el conjunto de soportes materiales o las instalaciones físicas en la estructura urbana controladas por entidades especializadas en la producción, preservación, difusión y consumo de bienes culturales, los cuales conforman diversos sistemas de interpretación de la realidad”(Ochoa,1998:6-7)

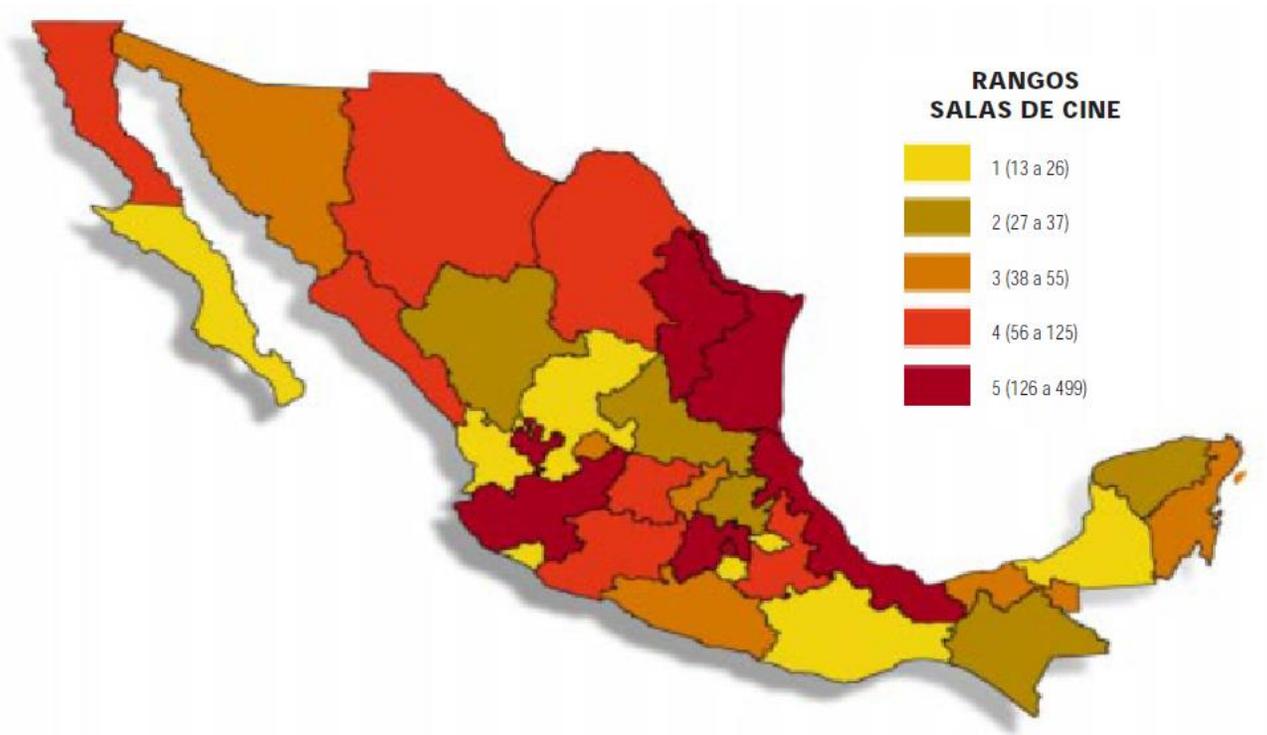
Hasta este momento damos cuenta que estudiar el consumo cultural es algo complejo, que involucra tomar en cuenta la infraestructura cultural, el espacio donde se localiza esa infraestructura, la oferta cultural y los sujetos que se apropian de esa oferta. Todos estos conceptos articulados nos llevan a darnos cuenta que al consumir, se adquiere conocimiento, se elige, se piensa, se hace uso del espacio público de la ciudad, se nos permite como menciona Ana Rosas Mantecón, ser ciudadanos capaces de erigir consenso social, a partir de tener la oportunidad de ser consumidores de cultura.

Nos damos cuenta que ser consumidores de cultura no es fácil, que implica sortear muchas barreras, ser capaces de identificar la oferta cultural, lograr llegar al lugar que contiene esa oferta y ser capaces de comprender lo que se oferta, librarnos del miedo que nos puede dar lo nuevo y lo desconocido.

Es importante en este apartado observa cómo está la infraestructura cultural en México en cuanto a salas de cine, ya que es importante ya que la infraestructura cultural es un puente que permite llegar a formarnos como públicos.

El Atlas de infraestructura cultural de México, se contabiliza un total de 2823 salas en todo el país, las entidades con mayor número de salas de cine destacan el Distrito Federal con 499, el Estado de México con 368, Nuevo León con 220 y Jalisco con 187, en tanto los estados con menos salas son Nayarit con 13, Tlaxcala con 14, Campeche con 19 y Zacatecas con 21

Salas de cine por Estado



Fuente: Atlas de Infraestructura cultural de México

De 2002 a la fecha han aumentado el número de salas, aunque no ha cambiado mucho en cuanto a la ubicación sobre el territorio ya que la mayoría de las salas se encuentran preponderantemente en las ciudades con más de 100 mil habitantes, aunque se observa que han crecido el número de salas en poblados pequeños.

En el Anuario Estadístico de cine mexicano 2013, se contabilizaron en 2013, 5547 pantallas en el país en 604 complejos, alrededor de 150 municipios ya cuentan con salas

de cine y aparte de esto existen en México 300 cines independientes y cineclubes. La Zona Metropolitana de la Ciudad de México, Jalisco y Nuevo León concentran 40 % de las pantallas.

Pantallas por Estado



FUENTE: Anuario Estadístico de Cine Mexicano 2013

2.2. EL CINE COMO CONSUMO CULTURAL

El cine es un consumo cultural en donde la infraestructura cultural, son las salas de cine y los bienes culturales, son las películas que se exhiben, los públicos somos las personas que nos congregamos en la sala de cine, para poder ver imágenes en movimiento que nos transmiten algo. Desde estos tres componentes es desde donde se deben estudiar este consumo cultural (infraestructura cultural, oferta cultural y públicos).

La exhibición cinematográfica se realiza en las salas de cine, que si bien con el paso de la historia ha cambiado su distribución sobre la ciudad, debido a diferentes procesos tanto económicos, culturales y urbanísticos, las salas de cine en todo momento ha jugado un papel importante como parte del paisaje urbano de la metrópoli, como lugares de

sociabilidad y un espacio donde no sólo se consumen sueños y deseos, sino que se nos transmite, por medio de la imagen, diferentes maneras de interpretación de la realidad.

El bien cultural es la película que se oferta. Por varios años el cine fue el lugar preferente para ver películas, en la actualidad eso ha cambiado, existen diferentes mecanismos por los cuales acceder a este consumo, diría Lipovetsky y Serroy, estamos en la era de la pantalla global, ya que existen pantallas por todo lugar y en todo momento. Una de las primeras pantallas fue “la televisión, que ya en los años cincuenta empieza a penetrar en los hogares; y en el curso de las décadas siguientes las pantallas se multiplican exponencialmente: la del ordenador, que no tardan en ser personal y portátil; la de las consolas de videojuegos, la de Internet, la del teléfono móvil y otros aparatos digitales personales, la de las cámaras digitales y otros GPS. En menos de medio siglo hemos pasado de la pantalla espectáculo a la pantalla comunicación, de la unipantalla a la omnipantalla” (Lipovetsky y Serroy, 2009:9)

En esta nueva época, es la época en que la ciudad comunicacional, se sobrepone sobre la ciudad territorial, es la época en que las nuevas tecnologías crean nuevos consumidores, los consumidores digitales o los consumidores del ciber espacio. En este contexto es preciso analizar, una nueva forma de consumo que se da en lo que respecta a las películas, que es el uso del DVD y más actual el internet para acceder a este consumo cultural, ya que como hemos visto las nuevas tecnologías, han acercado al público a los bienes culturales.

Cabe destacar que en el caso de las películas, debemos analizar el fenómeno de la piratería, ya que según el Acuerdo Nacional Contra la piratería, en México ocho cada de diez películas que se compran tienen sus orígenes en este ilícito. (<http://www.apcm.org.mx/archivos/AcuerdoNacionalVSPirateria.pdf>)

Con la proliferación de las nuevas tecnologías, el acceder a una película ya no es tan difícil, se puede comprar en un tianguis, o descargarla de internet. Qué implicaciones tienen este fenómeno en el campo cultural, se dice que se ataca fuertemente a la piratería, ya que lesiona los derechos de autor y produce perdidas millonarias, en lo que respecta a los productores.

Tomando en cuenta la Encuesta Nacional de Prácticas y Consumos Culturales de 2010, alrededor de la mitad de los entrevistados de 15 años o más (52.2%) acostumbra ver videos. Una cuarta parte (26.9%) lo hace cuando menos una vez a la semana, en tanto que una proporción similar (25.3%) lo hace con menor frecuencia.

Las películas tienen la mayor preferencia (85.0%) entre los tipos de video que más se ven, seguidas de los musicales (24.5%), los documentales (14.6%) y los educativos (8.2%).

Los videoclubs ocupan el primer lugar como puntos de compra de videos con 65.0% de las respuestas, aunque los tianguis y vendedores ambulantes tienen un peso importante con 41.6%. No obstante llama mi atención el último dato que arroja la encuesta ya que si consideramos que 8 de cada 10 películas que se compran son piratas, es evidente que la compra se hace en tianguis y puestos ambulantes, ya que en nuestros tiempos la piratería ha proliferado y también se ha diversificado, dando lugar a modificar la definición de lo qué es la piratería, a raíz de las nuevas tecnologías.

Tradicionalmente la piratería consistía en la reproducción y distribución no autorizadas, a escala comercial o con propósitos comerciales de ejemplares físicos de obras protegidas. No obstante, el rápido desarrollo de Internet y la utilización masiva en línea, no autorizada, de contenidos protegidos, en la que con frecuencia no existe el elemento “comercial”, han suscitado un intenso debate. La cuestión acerca de si dicho uso es un acto de “piratería” y si se debe abordar de la misma manera que la piratería tradicional, constituye el eje del debate actual sobre el derecho de autor. Están surgiendo distintos puntos de vista, a menudo divergentes, y las respuestas a la cuestión difieren de un país a otro.

Si el estudiar los consumos culturales ya en si era un reto, en la actualidad lo es aún más ya que nos encontramos en un mundo en el que conviven diferentes formas de apropiación de un bien cultural, si bien estas nuevas formas de acceder por medio de las redes electrónicas, “...plantean que todos los sectores sociales participan en las culturas de la imagen. Sin embargo, cada sector se diferencia de los demás por la calidad y cantidad de sus equipamientos privados, y por su posibilidad de acceso real a los bienes materiales y simbólicos” (García Canclini y Piccini, 1993:63).

2.3. EL CINE Y LA CIUDAD

Es importante para esta investigación hablar de cómo fue el proceso de evolución de las salas cinematográficas en la ciudad de México, para ello es importante tomar en cuenta el trabajo de Cuauhtémoc Ochoa, en el cual nos da un recorrido histórico por la Ciudad de México y sus salas de cine.

La exhibición de películas en la sala cinematográfica es el último eslabón de un largo proceso, este espacio de exhibición ha cambiado a lo largo del tiempo, han sido cambios tanto de producción, como de infraestructura y su localización urbana y también de la manera en que se consume dentro del cine.

Para el caso de México la primera exhibición cinematográfica se da en el siglo XIX, en 1887 se inauguró en el centro histórico el cinematógrafo Lumiere fue el primer espacio adaptado para la proyección. En 1889 la ciudad contaba con 22 "cines", improvisados locales que mudaron temporalmente de sus usos originales: jacalones carpas, salas y vestíbulos de teatros, salones y patios de casa plazas y jardines públicos, todos ellos carecían de las condiciones adecuadas para la proyección y para la estancia de los espectadores. Para 1906 la ciudad tenía ya 34 salas exclusivas para cine, algunas de ellas de construcción permanente y con cupo que llegaron hasta 600 espectadores. En 1921 había treinta y seis salas, mientras que en 1924 cuarenta y cuatro sin contar teatros.

El periodo de consolidación de la exhibición cinematográfica se da entre los años treinta y setenta. En el inicio de este periodo fue cuando se implantó definitivamente la gran sala de cine y en los años cuarenta se expandió masivamente a todo lo ancho y largo del país, particularmente, en la ciudad de México.

De 1930 a 1955 fue el periodo en el que la asistencia al cine mostró las mayores tasas de crecimiento anual: el número de salas creció a una tasa de 6.6 %, las localidades vendidas a 8.05 %, el ingreso en taquillas a 8 % en pesos constantes.

Entre 1948 y 1951 se edificaron el mayor número de cines en la ciudad. En esos años la industria fílmica nacional fue la principal alimentadora de películas de las salas. Para 1950

la ciudad de México contaba con aproximadamente 123 cines y para 1960 el número aumento a 131. Este crecimiento estaba relacionada todavía a lo que se le conoce como época de oro del cine mexicano.

En los años cincuenta y sesenta la introducción de tecnologías de sonido y proyección cada vez más sofisticadas, así como el aumento de manifestaciones de arte y la arquitectura generaron un conjunto de salas de excelente calidad, de relevante valor arquitectónico y de un significado urbano peculiar. Sin embargo, en este panorama optimista de la exhibición, se presentó al final del periodo, entre los años sesenta y los setenta, el primer signo de crisis para las salas cinematográficas: la irrupción de la televisión (TV).

A pesar de los horizontes cambiantes se edificaron cines con características de las grandes salas. Algunas correspondieron a la construcción de complejos habitacionales e inmobiliarios o al desarrollo de corredores urbanos los cuales brindaban atractivas ventajas por la concentración de público potencial. Otras salas menos grandes se erigieron en barrios y colonias del D.F Y de algunos municipios conurbados.

Desde los años cuarenta hasta entrados los sesenta, los cambios en el trazo y la dinámica territorial de la ciudad originaron la eliminación paulatina de formas de vida y de organización social junto con los soportes materiales que la conformaron. La metamorfosis urbana significo, en su momento, la perdida de una forma de ver y estar en el cine y con ello la reestructuración de la actividad y sus equipamientos.

En 1970 comenzó a descender el número de salas respecto a los años anteriores de 123 en 1959 a 131 en 1960 a 119 salas en ese año. Sin embargo una década después aumentaron a 250, pero las salas serían muy diferentes en dimensiones y funcionamiento.

A principio de los setenta se comenzó a construir otro tipo de salas, se produce un cambio cualitativo que décadas más tarde serán la constante. Entre los nuevos cines estuvieron El Dorado 70 en el interior del centro comercial Plaza Universidad. En 1975 se inauguraron, en el mismo centro comercial un conjunto de cines de la cadena Ramírez, empresa que introdujo el concepto de multicines. A mediados de los setenta se construyeron otros

multicines y crecieron los cines de barrio y los cines gemelos, buena parte de ellos dispersos en la ZMCM (Ochoa, 1998: 46-54).

Para 1980 se auguraba que el cine estaba por terminar, en esta época a la par que se cerraban salas de cine, la mancha urbana crecía hacia la periferia, por tal motivo a partir de esta década la ciudad crece, pero no lo hace de igual manera el equipamiento.

“En la década de los ochenta, el agotamiento de propuestas cinematográficas nacionales atractivas para el público, las dificultades económicas del país y la mala calidad de la proyección... alejo paulatinamente a los espectadores... La profunda crisis económica de 1982 y los terremotos de 1985 repercutieron sobremanera, tanto en el equipamiento de cines de la ciudad como en la asistencia a ellos” (Ochoa y Rosas Mantecón, 2007: 222).

A partir de 1994 al 2005 se vislumbra una nueva era en el cine, se reactiva nuevamente el cine, esto se debe principalmente a la inversión privada, la cual mejoro el servicio y la calidad de la exhibiciones y atrajo nuevamente al público. Esta se consolida en la red de corredores urbanos terciarios.

Este periodo se caracteriza por dos etapas. La primera etapa era claramente excluyente ya que existía una marcada desigualdad en la ubicación del equipamiento de exhibición cinematográfica en la estructura urbana: el poniente contaba con mayor número de cines y el oriente prácticamente no tenía, esta distribución se caracterizó porque las compañías que reactivaron la exhibición cinematográfica se dirigieron a públicos de clase alta y media. La segunda etapa se caracteriza por el cambio en la noción de la elitización de los conjuntos cinematográficos ya que los inversionistas privados de los conjuntos cinematográficos dirigen su atención a sectores bajos y populares.

Con el acelerado crecimiento de inversiones privadas, se da un aumento en los conjuntos cinematográficos estos consolidados en el modelo de la exhibición multiplex los cuales comienzan a distribuirse a lo largo de la Zona Metropolitana de la Ciudad de México, ligada a la construcción de megaproyectos comerciales.

“... Los nuevos complejos cinematográficos han perdido la presencia urbana que las viejas salas tradicionales y únicas habían alcanzado a través de conjuntar espectacularidad arquitectónica y significado sociocultural en el espacio. Aquellos son integrados a una estructura cerrada –el centro comercial-, con una dinámica distinta a la ciudad abierta, en la que constituyen tan solo un producto más que se ofrece” (Ochoa y Rosas Mantecón, 2007:238)

En la actualidad se ha afianzado la estrecha relación que existe entre centros comerciales y la actividad de ir al cine, ya que estos espacios son los que contienen la mayor parte de los complejos de cine, siendo Cinemex y Cinopolis los corporativos que han monopolizado la exhibición fílmica.

En el siguiente capítulo, analizaremos las salas de cine del municipio de Ixtapaluca, comenzando por las salas de antaño las cuales dieron cuenta de una manera de estar y vivir la experiencia del cine, posteriormente haremos una revisión de las salas actuales las cuales están concentradas dentro de centros comerciales.

¿Cines para quién?, me preguntaba hace algunos meses, una primera respuesta cines para quien pueda vencer las barreras de acceso de la cuales hablamos párrafos arriba, cines para quienes decidan apropiarse de los bienes culturales por otros medios como lo es el uso del DVD o el internet.

Si bien el cine ha maravillado a todos desde su invención en la actualidad damos cuenta que existen diferente manera por las cuales se ha apropiado este bien cultural, pero el cine sigue siendo el lugar preferente para ver películas, aunque ha pasado por diferentes matices a lo largo de su existencia, su actual reestructuración nos invita a hacer una reflexión sobre qué tan públicos son los cines si de entrada se encuentran en centros comerciales.

CAPITULO 3. EL CINE EN IXTAPALUCA.

3.1. PRIMERAS SALAS DE CINE EN IXTAPALUCA.

Como hemos visto en el capítulo dos de este trabajo, el equipamiento cultural no solamente es el esqueleto de la ciudad, sino que él da cuenta de la calidad con que se habita la ciudad.

Ixtapaluca es uno de los municipios conurbados de la ciudad de México, ha pasado de un paisaje totalmente rural a uno urbano y con el paso del tiempo su infraestructura da cuenta de cómo es que cambio este paisaje.

Las salas cinematográficas del municipio han cambiado a la par que cambio el municipio, ya no existen más esas salas que dan cuenta de una manera de habitar ese espacio, todo ha cambiado. Hoy en día quienes formamos parte de esas población desplazada por la ciudad hacia esa periferia, no podemos ni siquiera imaginar cómo eran las salas cinematográficas de Ixtapaluca y mucho menos imaginar el paisaje rural que recuerdan los originarios de Ixtapaluca.

Podríamos llegar a pensar que en Ixtapaluca no hubo salas cinematográficas que antecederan a los complejos actuales, ya que no hay registros oficiales que den cuenta de la existencia de estas salas. La información que obtuvimos fue mediante entrevistas, las cuales dieron un aporte esencial a esta investigación, ya que nos mostraron la manera en que se vivió la experiencia de ir al cine y el significado que tuvieron esta salas en la memoria colectiva de las personas.

Con las entrevistas realizadas, sobre las salas que existieron en Ixtapaluca, sabemos que estas dan cuenta de cómo cambia el espacio urbano, el cine cambia a la par que lo hace la ciudad, ha habido un gran avance tecnológico en cuanto a la exhibición y a la comodidad de las salas y como vimos en el capítulo anterior en su reorganización en el espacio urbano y por ello también ha cambiado la manera de vivir la experiencia de asistir al cine.

Fue difícil para esta investigación obtener datos homogéneos sobre las primeras salas de cine, muchas personas no recordaban que existieran salas de cine en Ixtapaluca, ya que no vivieron en el municipio en los años en que funcionaban estas salas.

En el municipio de Ixtapaluca, existieron 5 salas de cine, las cuales funcionaron en la segunda mitad del siglo XX, las salas que se registraron son las siguientes:

- Cine Venustiano Carranza
- Cine Nieto
- Cine Ayotla “Viejo”²
- Cine Ayotla
- Cine Galerías

La exposición de los datos encontrados no se hace de manera cronológica, se exponen sin ningún orden específico.

CINE VENUSTIANO CARRANZA

Margarita Lara Palacios, actual directora de la casa de cultura de Ixtapaluca, nos relata muy bien la experiencia de estar en ese cine, ella menciona “es el primer cine que puedo recordar, en si era conocido como **el cine Venustiano Carranza** pero también era utilizado cómo auditorio en ese tiempo apenas se estaba formando la escuela primaria y por lo tanto también era salón de clases, yo tomaba clases ahí, no se la fecha de inauguración pero yo creo que como en 1950” (Margarita Lara Palacios entrevistada el 5 de febrero de 2014)

Este cine era de usos múltiples, si bien era reconocido como sala de cine la mayor parte del tiempo no se exhibía películas ya que las exhibiciones se hacían cada sábado, en ese entonces las películas que se exhibían eran sólo mexicanas como, “El rebozo de Soledad”, “Tarahumara” y como emblema de aquel cine el recuerdo remite a Pedro Infante.

Al recordar esta sala que Margarita Lara Palacios lo menciona como el primer cine de Ixtapaluca, trae a su mente recuerdos de su infancia esa infancia que vio transitar el paso

² Utilizaremos el nombre de cine Ayotla “viejo”, ya que fue el nombre por el cual se referían los entrevistados a este cine.

de Ixtapaluca de lo rural a lo urbano, recuerda que este era un lugar muy bonito que no había tantos problemas como los hay hoy en día.

Ella lo recuerda, como un espacio que sirvió a su generación como lugar que albergó el conocimiento ya que era su salón de clases, ella recuerda a su maestro Telesforo, ya que dice que fue uno de los fundadores de la escuela primaria en Ixtapaluca y luchaba porque cada niño aprendiera por lo menos a leer y a escribir, con nostalgia y orgullo me muestra la foto en la que aparecen sus compañeros de primaria, frente a la pantalla de cine que se encontraba pintada en la pared.

Este espacio, sólo vive en el recuerdo de algunos, otros ni siquiera saben que existió para los que lo recuerdan, no sólo fue un espacio en el que se veían imágenes en movimiento que maravillaban a los ojos de los espectadores, sino que también fue un lugar de encuentro colectivo y de espacio de encuentro con el conocimiento.



Fuente: Fotografía de aproximadamente 1954 proporcionada por Margarita Lara Palacios en enero de 2014. Se observa el cine Venustiano Carranza, que funcionaba como salón de clases durante la semana y los fines de semana era utilizado como cine.

Queda claro que la infraestructura de un lugar es recordada por el uso que le den los habitantes ese lugar, para Margarita Lara Palacios era un cine y salón de clases ya que ella asistía al cine y también era su salón de clases.

Para don Benito Gregorio Hernández Cabrera, originario de Ixtapaluca lo recuerda más como un espacio de usos múltiples, en el que se hacían juntas, se daba clases ya que aún no estaba construida la primaria, y si recuerda que se proyectaban películas en este lugar. Al cuestionar sobre si era un cine, él me dice que no ya que para él este espacio no era un cine ya que no contaba con butacas ni nada que pareciera un cine, también me da algunos datos sobre el cine Nieto el cual tampoco considera cine, ya que dice que sólo era un cuarto grande que proyectaba películas en unas sillas muy incómodas.

CINE NIETO.

El cine Nieto se ubicó en el centro del municipio de Ixtapaluca, este cine a diferencia del Venustiano Carranza sus funciones eran más recurrentes se encontraba abierto todos los días, se exhibía sólo cine mexicano.

El dueño era don Silvano Nieto Arvizu, dato curioso que nos proporciona don Benito Gregorio es que él era la persona que exhibía las películas en el cine Venustiano Carranza, antes de construir la nave que alojó el cine Nieto.

Esta sala inicio sus funciones en 1964 dato que nos proporcionó la nuera de don Silvano, la señora Magdalena Moreno Esparza y cerró sus funciones en 1974.

El cine Nieto fue reconocido como el cine de Ixtapaluca, a este cine venían personas de Amecameca, San Francisco, Chalco etc., ya que por esa época no había muchos cine, y don Silvano se daba a la tarea de llevar carteles a las comunidades con la finalidad de dar a conocer las películas que se iban a exhibir.

Este era un salón grande que por sus dimensiones también se rentaba para eventos, no tenía la estructura como un cine actual, no había butacas, sólo unas sillas de fierro, no había fuente de sodas se vendía comida que preparaba la esposa de don Silvano.

Por dar algunos precios de la entrada era de 1 a 3 pesos en ocasiones si las personas no tenían para la entrada se les dejaba entrar gratis, las tortas y los refrescos costaban entre 2 y 4 pesos.

Don Silvano trataba de estar a la vanguardia de lo que en aquellos tiempos era de moda, traía las películas más vista las cuales compraba en Puebla y en el Distrito Federal, en semana santa sólo exhibía películas que estuvieran acorde a esta fecha.

Después de que el cine cerró sus puertas sólo quedo la nave donde se exhibían las películas , con el tiempo la familia vendió el predio y el cine desapareció en la actualidad sólo queda el cuarto donde se ponía el proyector de películas, y lo demás son locales comerciales.



Fuente: Fotografía tomada por Yolanda Paredes Juárez en septiembre de 2014 se observan los locales que ocupan actualmente lo que fue el cine Nieto, en la casa de color rosa aún se ven las ventanas del cuarto donde se hacían las proyecciones

CINE GALERIAS

Para el caso del **cine Galerías**, fue uno de los últimos cines que hubo antes de las salas actuales, este cine ya no era un cine único, tenía ya dos salas, aunque la oferta era cine mexicano, la época era otra, entre las entrevistas salen películas como, “La risa en vacaciones”, las de los hermanos Almada, de Pedrito Fernández, de picardía mexicana, películas de ficheras, etc.

El dueño de este cine fue don Cesario Ruiz, al recordar este cine se considera que era un cine moderno ya que su estructura era como la de los cines actuales. Tenía las butacas fijas, ya contaba con dulcerías, había estacionamiento, la entrada costaba alrededor de \$5 pesos.

Ha sido difícil establecer en qué fecha se inauguró este cine pero en los años 80 aún estaba en funcionamiento, sólo quedan recuerdos de aquellos momentos, algunos muy grabados

en la mente de los entrevistados otros un poco vagos. La dificultad para obtener información ha sido que mucha de las personas que vivieron esa etapa de las salas de cine de Ixtapaluca ya no viven en el municipio

Es un poco ardua la tarea de encontrar personas que recuerden esos tiempos en el que los cines fueron parte importante en la vida de las personas, lugares de encuentro colectivo, lugares de aprendizaje lúdico, un lugar en el que se olvidaba por un momento de la realidad, para ser parte de esa historia que las imágenes en movimiento contaban.

Como recuerdo y muestra del significado que puede tener una sala de cine, expongo a continuación el cine Ayotla cine que significó mucho en la vida de las personas que se sentaron en sus butacas.

EL CINE AYOTLA

“El ruinoso edificio mantiene una marquesina desvencijada, polvorienta, olvidada. No hay función es la única respuesta a la mirada curiosa de quienes pasan frente a él. Las calles y avenidas que le circulan ya no son lo mismo desde que dejó de ser aquel espacio de encuentro colectivo” (Ochoa, 1998: 1).

Esto es lo que sucedió con **el cine Ayotla**, una marquesina donde apenas se observa el nombre del cine, para mí fue sorprendente ver la infraestructura de este cine, es cierto que ya no hay función pero es interesante el papel que jugó este cine entre los habitantes del pueblo de Ayotla.

En la actualidad este cine se utiliza en ocasiones para eventos sociales y el lobby del cine es utilizado como espacio para clase de taekwondo, aunque ya no hay función hay muchos recuerdos que se desprenden al recordar este cine.

Este cine tuvo dos etapas, del **cine Ayotla “Viejo”** como lo recuerdan algunos sólo queda la pared de adobe pero muchos de los originarios de Ayotla se recuerdan de niños, también recuerdan esos tiempos como tiempos mejores en los que el disfrute del cine era parte de su vida cotidiana, la feria y el cine eran parte del momento de ocio de muchos.

“El cine viejo, era un cuarto grande yo estaba chica me llevaban mis papas, me gustaba mucho ir, nada más tenía un cuartito chiquito que funcionaba como taquilla eso sí, no me acuerdo cuando costaba la entrada, las sillas estaban todas a la misma altura así que para uno de niño era algo difícil de ver la película. Pero el cine estaba bien bonito tenía muchos cartelones pegados por toda la pared de las películas que se exhibían... Pasaban puras películas de esas de Gastón Santos, Pancho Villa, Pedro Infante y de ese tipo” (Hortensia García entrevistada el 13 de enero de 2014)

Los que recuerdan el cine viejo es porque parte de su infancia la pasaron en este lugar, salir al campo a jugar e ir al cine, se complementaban como parte de ser niño en Ayotla, pero no sólo los niños disfrutaban de este cine ya que sus padres eran los que los hacían participe de este consumo.

Ir al cine era una práctica que se disfrutaba en familia, el cine viejo contuvo en sus sillas a muchos espectadores, que disfrutaron de una película la dinámica de consumo era la película en sí películas sólo de cine mexicano.

El cine viejo, en palabras de Heriberto Ortiz, costaba entre 20 y 50 centavos la entrada, no se vendía comida algunas veces se vendían palomitas en una pequeña bolsa de estraza. Al preguntarle a don Heriberto, como consideraba el cine en aquellos tiempos en comparación con los actuales, él dice que era más barato era una práctica a la que casi todos disfrutaban, “ahora o comes o vas al cine” (Heriberto Ortiz entrevistado el 15 de enero de 2014)

Al ver los ojos de las personas entrevistadas al hablar del cine Ayotla, muestran un gran felicidad una niñez que transcurrió entre el campo y el cine, el cine viejo no se sabe cuándo abrió ni cuando cerró sus puertas, la propietaria de este cine fue la señora Viviana Lambarri, cerro el cine viejo pero la familia construyó otro que llevó el mismo nombre “cine Ayotla”.

El cine se construyó al lado del otro cine, este cine se encuentra todavía su infraestructura, se puede observar que era un cine más moderno que el cine viejo, estaba diseñado ya específicamente para la exhibición cinematográfica.

Aún conserva su estructura original, tiene un lobby en el que se vendían sólo algunos dulces nada caro dicen muchos, la señora Natalia dicen que eran dulces que ya no existen, como las bombochas, las muelas y las trompadas. Los asientos aunque no muy cómodos, estaban acomodado de manera escalonada, ya no era difícil observar la película, en cuanto a la exhibición seguía siendo cine mexicano, pero entre las entrevistas ya no sólo figuraban las películas de Pedro Infante sino también se remite al recuerdo de las películas de “El santo, el enmascarado de plata”.

El cine Ayotla en sus diferentes etapas, no sólo ha sido lugar de exhibición filmica sino que ha sido parte importante del patrimonio cultural de este pueblo. Era un verdadero lugar de encuentro colectivo donde día a día se reforzaba el tejido social de este pueblo, para los que no somos originarios de Ayotla, ante nuestros ojos puede pasar desapercibidos estos lugares, pero para los que crecieron en Ayotla marcó una etapa en la que las barreras económicas de acceso no eran un problema ya que al estar este cine tan arraigado a la comunidad se preocupaba por que todos accedieran.

“ Todos los niños que crecimos en Ayotla, tuvimos acceso al cine, la familia Lambarri, siempre nos hacía descuento, de la escuela nos llevaban al cine , lo que era la feria y el cine siempre era muy barato para todos”(Natalia de la Luz entrevistada el 20 de enero de 2014).

Los chicos y los que no lo eran tanto disfrutaban del cine y de la feria, pero este cine se perdió al igual que las vías del tren que pasaban por Ayotla, el cine viejo y el nuevo por llamarlo de alguna manera dejaron de dar función por motivos que los entrevistados no saben. En sus sillas quedaron recuerdos de los niños que disfrutaron sus películas, “aunque las sillas eran de madera, no importaba el dolor en las “pompas” con un peso veía tres películas, me aventaba las del santo, una de pistolas y una romántica” (Natalia de la Luz entrevistada el 20 de enero de 2014)



Fuente: fotografía tomada por Yolanda Paredes Juárez en enero de 2014.

En esta fotografía se observa el cine Ayotla viejo y el cine Ayotla

Las primeras salas de cine en Ixtapaluca muestran lo importante que puede ser un espacio en la vida de las personas, las salas de cine pueden ser parte fundamental de la memoria histórica de una comunidad ya que al recordar el cine lo asociaban con momentos como lo es la llegada de Ayotla textil, o cuando pasaba el ferrocarril, la construcción de una escuela etc.

Las primeras salas de cine también crean un sentido de pertenencia, les recuerdan la manera y la calidad con la que se habitaba ese espacio, como es cine era parte de la vida cotidiana de los habitantes, montar a caballo, salir al campo e ir al cine era parte de la cotidianidad.

Expongo a continuación un cuadro sobre las salas de cine, las fechas aproximadas de su inauguración y los precios de entrada que tenían, este cuadro se realizó a partir de las entrevistas hechas a las personas que asistieron a estas salas, dichas fechas y precios son aproximados ya que no obtuvimos registros oficiales que den cuenta de esta información.

Cuadro de primeras salas de cine

SALA DE CINE	INAGURACION	CIERRE APROXIMADO	PRECIO DE ENTRADA
Cine Ayotla Viejo	1950	1965	20 CENTAVOS
Cine Ayotla	1970	1987	\$1 A \$3
Cine Nieto	1964	1974	\$1 A \$3
Cine Venustiano Carranza	1950	SE DESCONOCE	20 CENTAVOS
Cines Galerías	1980	1988	\$5

Fuente: Elaboración propia con fechas y precios obtenidos en las entrevistas.

Estas salas de cine, responden a una manera de estar y vivir el espacio urbano, fueron un elemento simbólico de la comunidad, fueron sitios para el encuentro colectivo y espacio de identidad colectiva es el periodo de su existencia.

Las salas de cine de Ixtapaluca, ocupaban un lugar importante en el espacio urbano, como el que ocupa una iglesia ese lugar que no sólo era visto como parte de la infraestructura de un pueblo, sino como parte del patrimonio cultural de ese pueblo.

En estos espacios permitieron la convergencia de todos los habitantes de Ixtapaluca, la accesibilidad era para todos, si bien estas salas tenían un costo, al ser los propietarios parte de la misma comunidad, había la posibilidad de entrar sin pagar o se bajaban los precios. Las salas de antaño en Ixtapaluca eran más incluyentes.

La experiencia de ir al cine se conjugaba con la de salir al campo y montar a caballo como parte del entretenimiento de aquella época, de ahí que se añoren esos momentos ya que implica también la convivencia de lo moderno vs antiguo, ya que la asistencia al cine nos remite a una percepción de modernidad y de integración a la ciudad.

Para terminar este apartado exponemos algunas características encontradas en las primeras salas de cine en Ixtapaluca:

- Su funcionamiento de da en la segunda mitad del siglo XX.

- Eran salas que tenían un propietario particular, que vivía en la misma comunidad.
- La mayoría eran salas únicas a excepción de cine Galerías que contaba con 2 salas, esto responde también al cambio de urbanización que se da en Ixtapaluca a partir de 1980. Ya que en este periodo comienza el crecimiento poblacional en Ixtapaluca.
- El cine Venustiano Carranza, cine nieto y cine Ayotla viejo, eran salas que no tenían una estructura diseñada para exhibición fílmica y tenían funciones múltiples, no sólo la exhibición de películas.
- El cine Ayotla y Galerías ya presentaban características arquitectónicas relacionadas con la exhibición cinematográfica.
- La exhibición cinematográfica sólo era mexicana.
- Se vendía comida hecha por los mismos propietarios, como palomitas, tortas, agua y algunos dulces.

3.2. SALAS DE CINE ACTUALES EN IXTAPALUCA

En la actualidad muchos ni recuerdan aquellas salas, otros pasan frente al cine Ayotla y a pesar de que aún se ve su nombre un poco borroso ya por los años, ya no se le reconoce como aquel emblemático cine, sino como un espacio de usos múltiples.

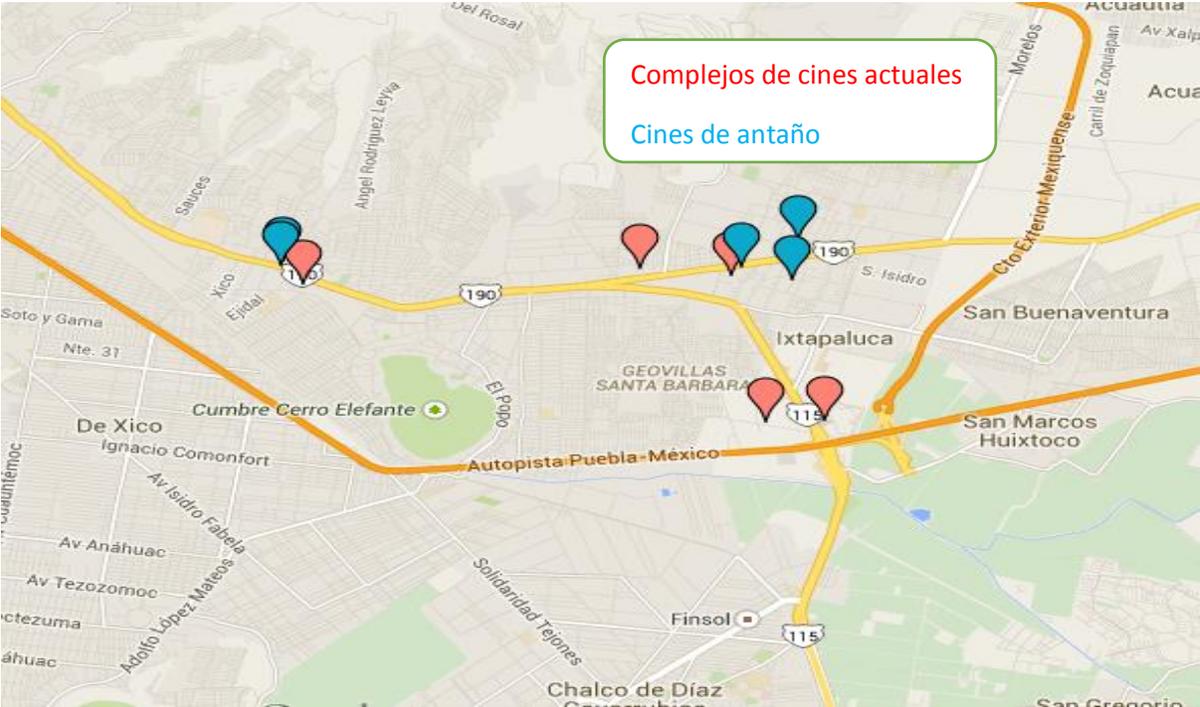
Cabe bien preguntarnos qué lugar ocupa el cine en la actualidad en la manera de habitar Ixtapaluca, nos encontramos ahora ante un panorama diferente, ya no existe ese cine al cual se entraba por un peso y se podía pasar largas horas de tu tiempo observando películas, ahora el cine se vuelve cada día más volátil, el disfrute es aún más rápido, si bien sigue siendo un espacio de sociabilidad la dinámica de consumo es diferente.

Las bombochas y las trompadas no se venden más, las palomitas y el refresco exceden en la actualidad el costo del boleto de entrada, sí los asientos son más cómodos, existe una gran variedad de formas de ver las películas en 3D, en una mega pantalla, en alta definición, con mejor sonido, pero donde queda aquel papel que jugaba el cine en la vida de las personas,

en unos años podremos recordar con tanta añoranza el cine de Ixtapaluca, tal y como lo recuerdan Don Heriberto, Doña Natalia, Margarita Palacios y tantos otros más.

Para comenzar el análisis de los cines actuales en el municipio de Ixtapaluca, y la dinámica de consumo que se da con el cine, es necesario primero examinar los cines que hay en el municipio, en el mapa que se ilustra a continuación están registrados los complejos de cine actuales y las primeras salas en el municipio.

Mapas cines en Ixtapaluca



Fuente: elaboración propia con datos de SIC CONACULTA, recorridos de campo y entrevistas.

Al analizar este mapa lo primero que podemos observar es que la distribución de las salas sobre el territorio no cambia mucho, las primeras salas y los complejos actuales se encuentran ubicados prácticamente en el mismo espacio. Podemos decir que su ubicación se debe a la concentración de población que existe en estos lugares y también se relaciona con la ubicación de complejos habitacionales que existen en el municipio.

Al ver este mapa podemos creer que la infraestructura cultural de cines es poca, pero debemos tomar en cuenta que los cines actuales son multiplex por lo tanto que cada complejo cuenta con una cantidad importante de salas entre los 5 complejos de cine suman 54 salas.

La infraestructura sobre el territorio no ha cambiado mucho, lo que si cambio es la cantidad de población, cambio también el territorio se construyó una ciudad sobre aquellas extensas planicies que bien se ilustra en el capítulo 1 de este trabajo. El territorio es el mismo pero la mala urbanización que vive Ixtapaluca, nos hace observar un municipio fragmentado en el que cada día se nos aleja más del espacio público, por lo caótico que puede parecer habitar el municipio.

Si bien observamos que esta infraestructura se concentra en un sólo lugar, al llegar a las salas nos encontramos ante una infraestructura aparentemente homogénea, ya sea los que gusten asistir a Cinemex o a Cinepolis o si queremos escoger otra opción nos encontramos con cinemagic.

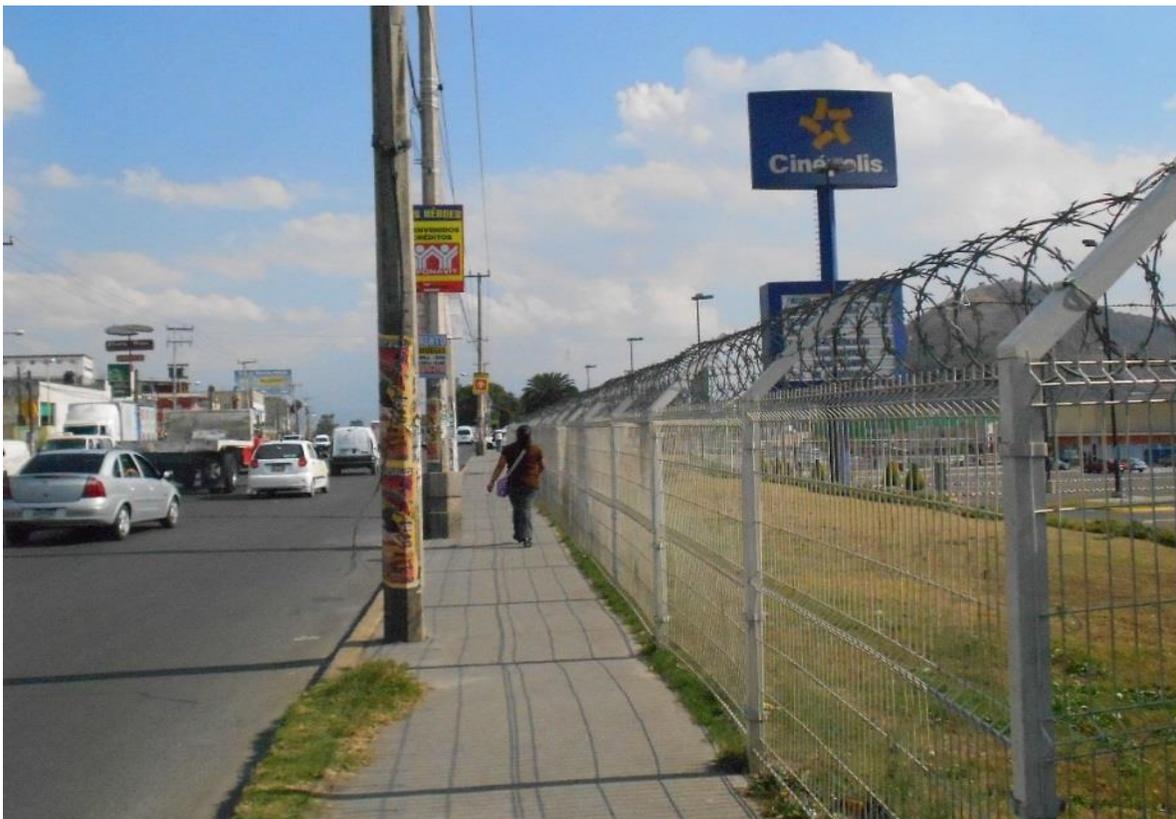
En el municipio sólo existen cines comerciales, algo característico es que se encuentran localizados en plazas comerciales. A continuación daremos un recorrido por estas salas y veremos algunas de sus características.

Cinepolis Ayotla

Ya no existe más el cine Ayotla. Esos asientos de madera que te dejaban adolorido de estar tanto tiempo sentado ya no serán usados para ver una película, en la actualidad sólo queda dar una caminata de 15 minutos de donde se ubica el cine Ayotla, para llegar a la plaza comercial el patio Ayotla, plaza que se construyó sobre el espacio que contuvo a la famosa fabrica Ayotla textil.

La plaza que aloja este complejo de cine se encuentra sobre la carretera federal México-Puebla, o también conocida como AV.Cuahutemoc #6, no es difícil ubicar este complejo ya que hay un declive que permite ver toda la plaza desde la carretera.

A este lugar podemos llegar a pie o en carro, la dinámica de los que llegan en carro es pasar por las casetas de vigilancia, tomar su boleto, estacionar el carro y dirigirse al cine, el hecho de que el cinepolis Ayotla se encuentre en esta plaza permite dirigirse directamente al cine sin tener que pasar por las demás tiendas.



FUENTE: Fotografía tomada por Yolanda Paredes Juárez en enero de 2014, se observa la parte de afuera de la plaza Ayotla y se puede observar la cartelera de Cinépolis

Esta plaza no es muy grande cuenta con una tienda Coppel, bodega Aurrera, dos zapaterías, dos bancos, una local de comida china, una tienda de ropa, 4 tiendas de celulares, entre otras tiendas más pequeñas.



Fuente: Fotografía de cinépolis Ayotla, tomada por Yolanda Paredes Juárez, en enero de 2014. En ella se observa una imagen de los murales que tiene el cinépolis Ayotla el cual da la idea de un espacio público.

Al llegar al Cinépolis lo primero que nos llama la atención son 2 grandes murales que dan la idea de que este es un espacio público y 4 bancas a lo largo de los murales. Por lo observado podemos decir que al menos el espacio donde se encuentran los murales si es un espacio público ya que durante nuestra investigación este espacio era utilizado por diferentes personas para platicar y convivir, no necesariamente entraban a ver una función.

Al adentraron al cine nos encontramos con un lobby pequeño hay 4 mesas donde esperan las personas para su función, de frente nos encontramos con el are de la dulcería y a mano derecha se ubica la taquilla, hay 3 máquinas de juegos donde observamos a niños y jóvenes haciendo uso de estas máquinas. Recientemente se implementó una taquilla electrónica para no hacer fila y la venta de crepas.

CINEMAGIC

Al llegar al cinemagic podíamos pensar que estamos ante un cine de esos que recuerdan las personas de Ixtapaluca, ya que su fachada nos invita a recordar aquella época de oro del cine mexicana, pero adentrarnos nos damos cuenta que la cartelera es casi la misma que

en el cine que hablamos anteriormente, nuevamente vemos que los alimentos son más caros que la misma entrada.

Este cine se encuentra en la plaza Ixtapaluca de igual manera, se puede llegar a pie o en carro, está ubicado en la AV. Cuahutemoc #2000 en Santa Bárbara Ixtapaluca, al llegar lo primero que se observa es un Bancomer, un Mc Donalds y KFC, los cuales están ubicados en parte del estacionamiento, este complejo se encuentra dentro del centro comercial el cual es muy pequeño y solo tiene alrededor de 15 locales pequeños que venden zapatos, ropa y electrodomésticos.

Lo que impacta es la decoración ya que tienen fotografías de actores y actrices de cine mexicano, al entrar lo primero que observamos es la taquilla, la cual sólo cuenta con una persona que la atiende, cuenta con un lobby pequeño hay 5 mesas, al fondo se encuentra la dulcería. Este complejo cuenta con dos áreas de juegos en las cuales se observa en su mayoría a jóvenes y niños.



Fuente: fotografía tomada por Yolanda Paredes Juárez en septiembre de 2013, se observa el cine Cinemagic y aun lado la imagen de Katy Jurado.

Es uno de los cines más económicos del municipio pese a esto su asistencia no se compara con la de los demás cines, se puede decir que es el de menor audiencia. Algunos de los entrevistados refieren que este cine es económico no obstante sus salas no son buenas es por ello que sólo cuando no cuentan con el dinero suficiente asisten a él.

Podeos afirmar que es económico pero no varía demasiado de los demás y en cuanto a la comida el precio es el mismo un combo (palomita y refresco), llega a exceder 4 veces o más el precio de entrada.

Cinepolis Sendero

Este cine es del mismo corporativo que el de Ayotla, podíamos llegar a pensar que son iguales, pero no lo es el diseño es diferente, para poder acceder a él, hay que pasar por un sinfín de tiendas, ya que se encuentra dentro del centro comercial Sendero.



Fuente: Fotografía tomada por Yolanda Paredes Juárez en septiembre de 2013, en ella se observa la entrada del centro comercial sendero donde se encuentra el cinepolis Sendero

Esta es un centro comercial grande en su interior hay un área de comida y un corredor con muchas tiendas en su mayoría de ropa y calzado, dentro hay un Soriana y se encuentre el cine, tiene tres entradas, se puede entrar a pie o en carro.

En el año 2013, este centro comercial cerró sus puertas debido a un incendio, el cual referían los entrevistados que hubo una mala planificación en la construcción de este centro comercial, ya que las salidas de emergencia no funcionaron adecuadamente debido a la cantidad de personas que se congregan en este centro comercial, cabe destacar que se reactivó nuevamente el centro comercial pero no hubo cambios en cuanto a su estructura.

Cinepolis sendero es el que tiene mayor asistencia, ya que en él convergen no solamente habitantes de Ixtapaluca, sino que también lo hacen habitantes de Tlamanalco, Amecameca, Chalco etc.

Este cine tiene dos pisos en la parte de abajo se encuentra la dulcería, una cafetería, las taquillas las cuales llaman la atención ya que se exhibe la enorme cartelera, que anuncia funciones en sus 16 salas aunque no necesariamente corresponden el número de películas al de salas ya que como sabemos se puede exhibir una película en diferentes formatos.

Tanto en la parte superior como inferior hay salas, por lo general siempre se observa personas en taquilla aunque los días en que están abarrotadas las taquillas son miércoles, viernes, sábados y domingos.

Cinemex Cortijo

Este cine se ubica en la plaza comercial Cortijo, anteriormente era el cinema Lumiere, en la actualidad es el cinemex cortijo, se conservaron las instalaciones pero cambio la fachada ahora vemos una infraestructura de color rojo, que resalta en letras blancas CINEMEX.



Fuente: Fotografía tomada por Yolanda Paredes Juárez en diciembre de 2013, esta fotografía es del cinemex cortijo.

Este cine se encuentra dentro de la plaza comercial cortijo, al llegar a esta plaza nos damos cuenta que el cine se encuentra ubicado en ese lugar por la ¡cartelera!, ya que si no estuviera sería un tanto difícil llegar a él debido a su localización dentro de la plaza ya que está detrás de muchas tiendas y esto dificulta poder observar el complejo de cine.

Es el segundo más grande del municipio cuenta con 12 salas, al llegar se encuentra el lobby, de lado izquierdo están las taquillas, de lado derecho la dulcería y en frente una cafetería que ofrece diferentes productos.

En la parte de afuera se encuentra la cartelera, la cual observan detenidamente las personas para poder hacer una elección de la película, este complejo cuenta con pantallas en la parte interior donde se observa las películas y los horarios en los que se exhibirán. Entre semana es raro ver audiencia los días que asisten más son sábado y domingos.

Cinemex Galerías Ixtapaluca.

Para agregar un último cine a la lista, nos encontramos ante otro cinemex, cine que es muy parecido al de Cortijo con la diferencia que es más pequeño, se encuentra dentro de la plaza Galerías Ixtapaluca, la cartelera es casi la misma que en los demás cines .



Fuente: fotografía del cinemex cortijo tomada en diciembre de 2013, muestra el interior de la plaza galerías donde se ubica el cinemex.

Lo característico de este cine es que cuenta la sala más grande en el municipio y muchas personas refieren esto como un atractivo para asistir, ya que las películas se ven con mejor calidad.

Se observa una baja audiencia el público de este cine mencionan que se debe al aumento de precios, ya que el aumento se da de manera arbitraria y es algo que disgusta a la audiencia de este complejo. A pesar de la baja audiencia que entre semana los días viernes, sábado y domingo se observa una afluencia de personas en el cine.

En este complejo suele observarse personas que llegan con sus boletos que previamente han comprado en Internet, en los complejos de cinepolis esto no se observa pero se hace uso de las taquillas electrónicas donde no se hace fila.

Este cine se encuentra dentro de la plaza comercial Galerías, ubicada en la carretera Federal México-Puebla Torre el vigilante # 3,4,5, hay que entrar al centro comercial para llegar al cine lo primero que observamos es que antes de entrar esta una lona con los precios que tiene el cine.

Al entrar nos encontramos frente al Cinemex, y lo primero que vemos son las taquillas y se observan las pantallas en las que se presentan las películas que se van a exhibir y los horarios, de espaldas a las taquillas se encuentra un pequeño lobby y al fondo está la dulcería.

Cabe destacar que en este corporativo hubo obstáculos para realizar entrevistas, la mayoría se hicieron en la parte de la plaza, ya que consideraban que era molesto para los clientes que se le aplicara entrevistas dentro del lobby lugar preferente para esperar que comience la función.

A pesar de haber 5 complejos de cine en el municipio nos encontramos ante una oferta homogeneizada, ya que puede observar una estructura arquitectónica muy similar en los complejos, esto se da también en cuanto a lo que se oferta ya que la cartelera en los cines es prácticamente igual. Y también podemos observar una dinámica de consumo muy similar en estos complejos, respecto a la manera de estar y vivir la experiencia del cine.

PRECIOS Y NÚMERO DE SALAS EN COMPLEJOS ACTUALES EN IXTAPALUCA

CINE	PRECIOS DE ENTRADA SALA TRADICIONAL	PRECIOS DE ENTRADA SALA 3D Y OTRAS	NÚMERO DE SALAS
CINEPOLIS AYOTLA	General \$ 33 Mayores de 60 y menores de 12 años \$ 26 Miércoles \$ 19	3D, Adulto / General \$41 3D, mayores de 60 y menores de 12 años \$35 3D, miércoles \$23	7
CINEMEX GALERIAS	Sala tradicional \$26 Lunes a Jueves Sala tradicional \$ 28 Viernes, Sábado y Domingo	Salas 3D \$36	11
CINEMAGIC	Matinée \$19 Antes de las 2:00 pm General \$21 Antes d las 4:00 pm Miércoles \$23 Todo el día Adultos \$21 Después de las 4:00 pm Niños/Inapam \$21 Después de las 4:00 pm	Matinée 3D \$42 Antes de las 2:00 pm General 3D \$42 Antes de las 4:00 pm Miércoles 3D \$50 Todo el día Adultos 3D \$41 Después de las 4:00 pm Niños/Inapam 3D \$42 Después de las 4:00 pm	8
CINEPOLIS SENDERO	3D, Adulto / General \$ 44 3D, mayores de 60 y menores de 12 años \$ 35 3D, miércoles \$ 24 General \$ 37	Macro XE 2D, Adulto / General \$ 37 Macro XE 2D, mayores de 60 y menores de 12 años \$ 26 Macro XE 2D, miércoles \$ 21 Macro XE 3D, Adulto General Macro XE 3D, mayores de 60 y menores de 12 años \$ 35 Macro XE 3D, miércoles \$ 24 Mayores de 60 y menores de 12 años \$ 26 Miércoles \$ 21	16
CINEMEX CORTIJO	Sala tradicional \$26 Lunes a Jueves Sala tradicional \$ 28 Viernes, Sábado y Domingo	Salas 3D \$36	12

Fuente: Elaboración propia en base a los precios de los complejos de cine, los precios que se muestran en el cuadro varía según los días de la semana dependiendo del corporativo.

El cine ya no es igual, si bien hubo un cambio importante en la manera de exhibición de las películas debido a las nuevas tecnologías que iban surgiendo, existe también un cambio en el aspecto físico de sus salas. En Ixtapaluca no hubo esas majestuosas salas que existieron en el Distrito Federal, paso por una etapa de cines únicos a otra en la que los grandes

corporativos acapararon el mercado, por eso en el municipio sólo se observan 5 complejos de cine y todos en centros comerciales.

El simple hecho de la localización de los cines, se considera ya es una barrera a vencer ya que estos se encuentran dentro de centros comerciales, los cuales parecieran ser lugares públicos pero bien sabemos que no lo son. Los centros comerciales pueden ser vistos como una barrera que encapsula a los cines.

Pensemos ahora en llegar al cine, después de haber pasado por una infinidad de tiendas que nos invitan a comprar, llegamos a la taquilla, estos como hemos visto son cines de determinado corporativo por lo tanto la función tiene un costo.

El precio en Ixtapaluca va de \$19 y \$37 en una entrada a la sala tradicional, podíamos llegar a pensar que es un precio razonable si lo comparamos con otros cines, por ejemplo el cinepolis VIP Perisur que su precio de entrada cuesta \$143 no es comparable las salas de Ixtapaluca con una VIP de hecho no existe en el municipio ninguna de este tipo de salas.

Si logramos comprar el boleto es difícil resistirse a ese olor de la palomitas, el poder resistirse a lo que el cine nos invita a comer, en la actualidad los alimentos cuestan más que la entrada de los boletos en uno de los trabajos de observación me encontré con lo siguiente.

En una de las visitas hechas a Cinepolis Ayotla, observé a una pareja que compró boletos para una función de las 5:10 pm, en el momento que yo llegue eran las 4:30, ellos ya tenían sus boletos y compraron un combo, por lo que llevaban era un “combo Hersey” que consta de palomitas y refresco jumbos y un chocolate Hersey, que cuesta poco más de \$100 pesos, al momento en el que se decidieron a entrar a la sala, ya casi habían terminado sus palomitas, por lo que la joven se acercó al mostrador y compró otras palomitas de un tamaño más pequeño que tienen un costo alrededor de \$40 pesos.

La publicidad nos ha absorbido al grado que si no comemos en el cine no se puede disfrutar de la película, de hecho en mis entrevistas al preguntarles ¿Por qué no se abstenías de comprar?, las personas me decían que no tenía chiste ir al cine sino había palomitas.

Al costo del boleto añadamos la comida, y esto hay que multiplicar por la cantidad de acompañantes , si bien hay días de la semana en que los cine tienen precios un poco más bajos de los acostumbrados , no deja de lado el hecho de que la comida nunca baja de precio.

Uno de los gerentes de Cinopolis Ayotla, me comentaba que ellos generan más ingresos por la comida, que por el precio del boleto, de ahí que exista una política de los cines en la que uno no puede entrar con alimentos, política que invita a los que no se puedan resistir al olor de las palomitas a hacer un gasto aun mayor de lo ya destinado.

Pareciera a simple vista que el disfrute de la película es lo menos que se hace en el cine, cosa que era diferente anteriormente, la película tenía un peso importante para el recuerdo de muchos que cuentan sobre los cines de antaño.

Antes de terminar este apartado es preciso exponer algunas características similares observadas en el trabajo de campo realizado en los complejos de cine.

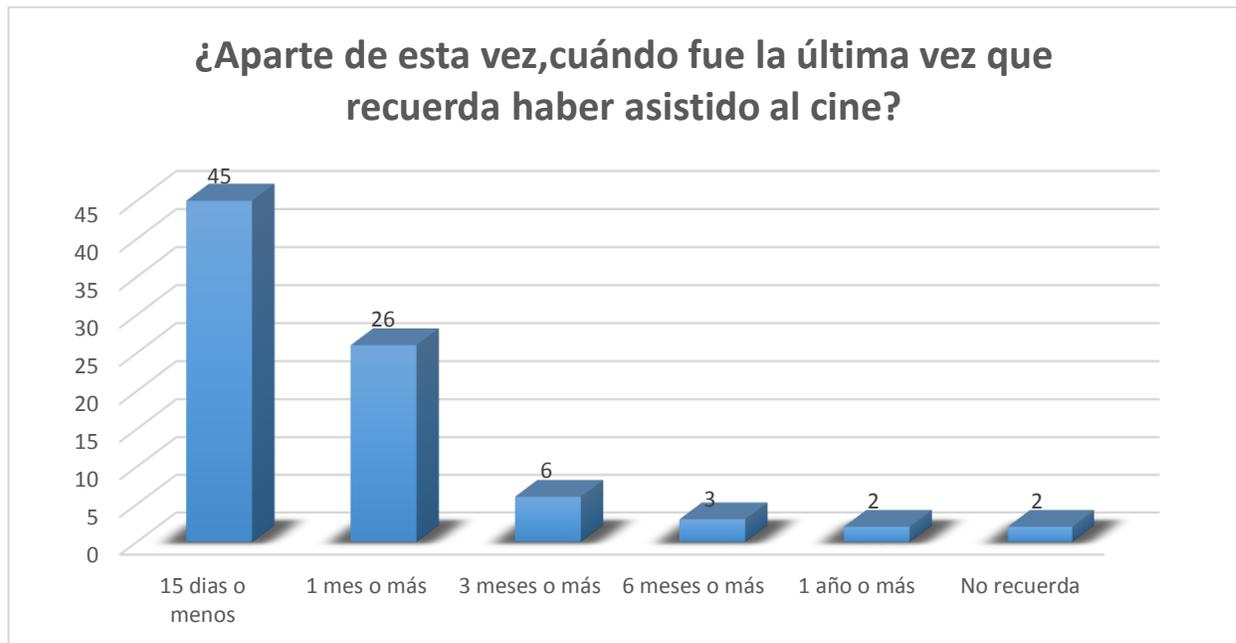
- Los complejos de cine se encuentran dentro de centros o plazas comerciales
- Todos cuentan con un lobby, que es utilizado como espacio de sociabilidad en el que podemos observar gente platicando.
- El área de videojuegos en los complejos es primordialmente utilizado por niños y jóvenes.
- Los artículos en dulcería exceden el precio de entrada casi tres veces.
- La exhibición cinematográfica es el 90 % de procedencia estadounidense.
- La asistencia aumenta los días miércoles, viernes, sábado y domingo, en los estrenos, días festivos y en temporada vacacional.
- Los horarios marcan una tendencia de asistencia, por las mañanas se observan niños y estudiantes, en la tarde jóvenes y en la noche personas adultas que por sus vestimentas refieren a que vienen de trabajar.
- Las personas que asisten a los cines utilizan el centro comercial principalmente para observar lo que hay en las tiendas y en segundo lugar para hacer compras relacionadas con la despensa del hogar.

- Los asistentes esperan de 30 minutos a 1 hora para ver su función.

3.3. PÚBLICOS DE CINE EN IXTAPALUCA.

El cine es un consumo cultural que se puede fomentar desde muy temprana edad, al cine va gente de todas las edades, en las entrevistas que realizamos el rango de edad va de 13 a 65 años, al cine van desde bebés hasta gente mayor.

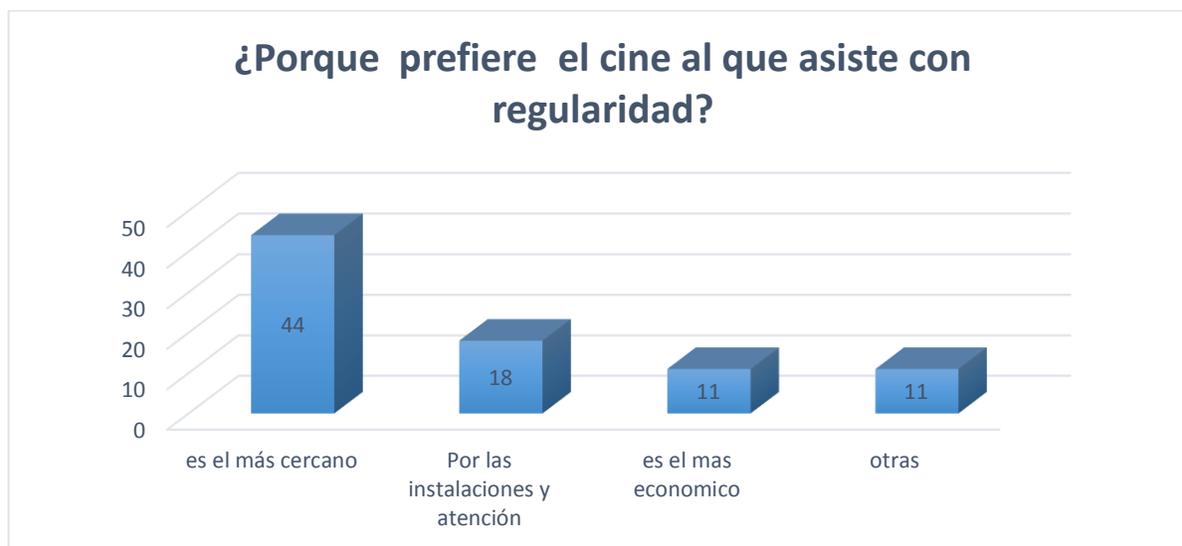
El cine en Ixtapaluca es una actividad que se realiza frecuentemente, por las personas que salen de sus hogares en busca de esta oferta cultural. De las 84 entrevistas realizadas, 45 personas contestaron que la última vez que recordaban haber ido al cine era de 15 días o menos, la siguiente respuesta con mayor número de fue la correspondiente a 1 mes o más, sólo dos de nuestros entrevistados mencionaron que tenía un año o más que no asistían al cine, en la siguiente gráfica se ilustra la asistencia al cine.



Fuente: Elaboración propia a partir de 84 entrevistas realizadas a públicos de cine

Los entrevistados que asisten regularmente al cine en su mayoría eligen el complejo que se encuentra más cerca de sus hogares, esto apunta a una forma de romper la barrera geográfica ya que la mayoría de las personas entrevistadas habitan relativamente cerca

del complejo de su preferencia, esto indica que la elección es hecha en términos de comodidad y economía debido al costo que puede tener la movilidad en el municipio.



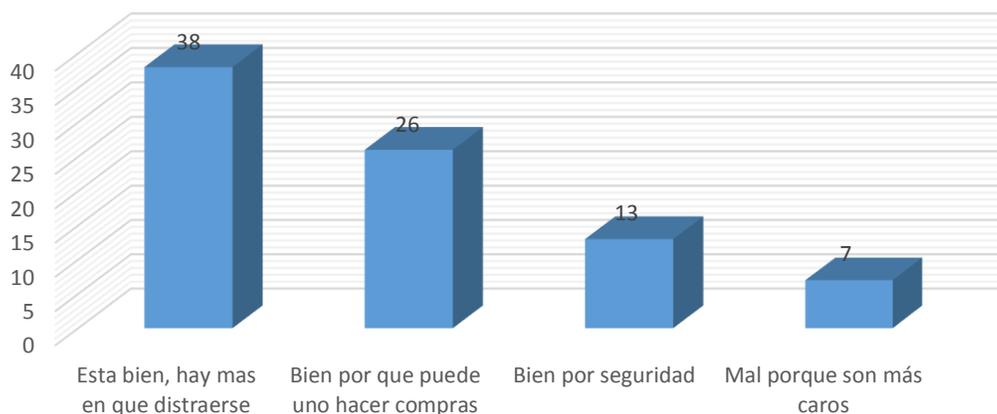
Fuente: Elaboración propia a partir de 84 entrevistas realizadas a públicos de cine

Estas entrevistas nos exponen que cada día la movilidad es más cara y que sólo se hace de manera local. Lo que apuntala a una exclusión a otras ofertas que están más alejadas. La segunda respuesta con mayor número fue que preferían ese cine por las instalaciones del mismo y por la atención que se les brindaban y en tercer lugar hacían referencia a lo económico que es la entrada.

Si hablamos sobre la ubicación de los cines también es importante recordar que estos se encuentran dentro de plazas o centros comerciales, para los públicos de cine ya conformados encuentran en el interior de estos espacios un conjunto de actividades que se amalgaman con la experiencia de ir al cine dando lugar a la única opción de entretenimiento.

A continuación ilustramos las respuestas de nuestros entrevistados respecto a la ubicación de los cines dentro de centros comerciales:

¿Qué opina de que los cines del municipio se encuentren dentro de plazas o centros comerciales?

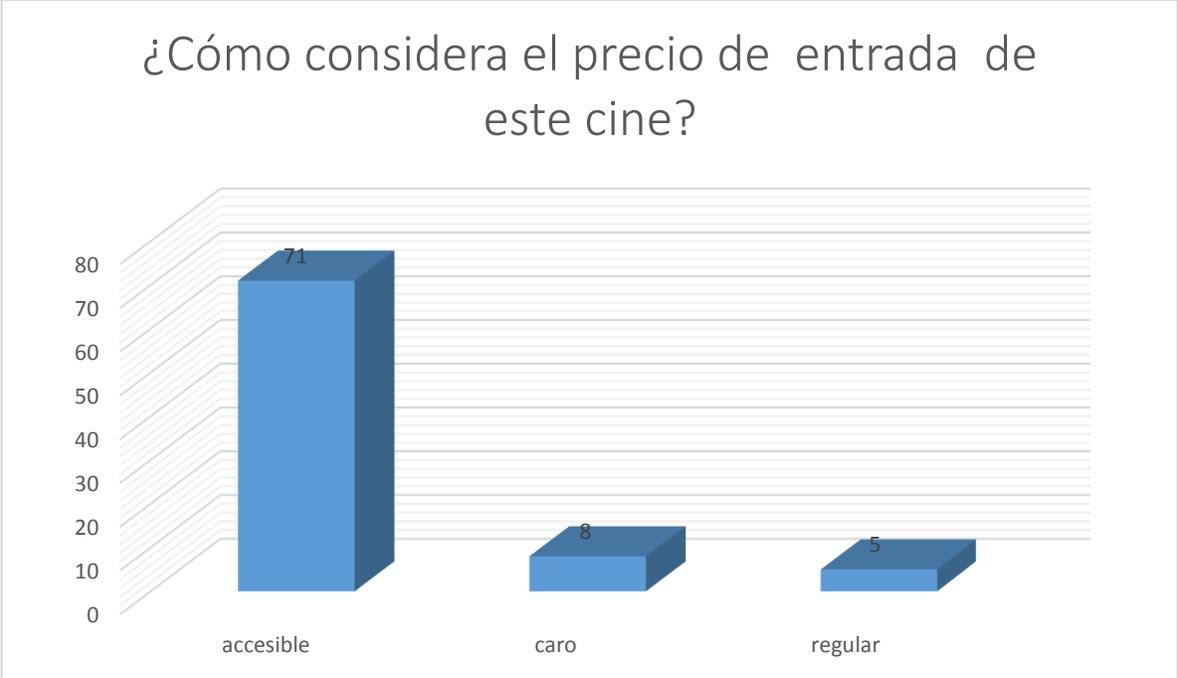


Fuente: elaboración propia a partir de 84 entrevistas realizadas a públicos de cine.

La mayoría de las personas comentan que está bien que los cines se encuentren ubicados dentro de un centro comercial, porque hay más en que distraerse, con esto hacen referencia a que dentro del centro comercial hay muchas tiendas y en lo que esperan la función pueden ver lo que oferta el centro comercial, otro número considerable de personas mencionan que está bien porque realizan sus compras y van al cine dentro de un mismo espacio, algo a destacar es que ante el caos urbano que se genera la ciudad los centros comerciales se presentan en la estructura urbana como verdaderos oasis, de ahí que una cantidad considerable de los habitantes refieran que está bien que los cines se encuentren en estos espacios porque les brinda mayor seguridad.

Los centros comerciales se han convertido en espacio que ofrecen la exhibición fílmica como uno más de sus productos, si analizamos que no necesariamente se da un aumento en la asistencia al cine, ya que podemos observar el centro comercial abarrotado y no necesariamente estas personas asisten a ver una película, en el centro comercial se realizan actividades como pasear, comer, comprar, hacer pagos etc.

Otro aspecto que consideramos en las entrevistas es lo relacionado al precio de la entrada ya que este es uno de los factores por los cuales se puede no acceder a este consumo cultural, expongamos a continuación lo que las entrevistas proyectan.



Fuente: Elaboración propia en base a 84 entrevistas realizadas a públicos de cine.

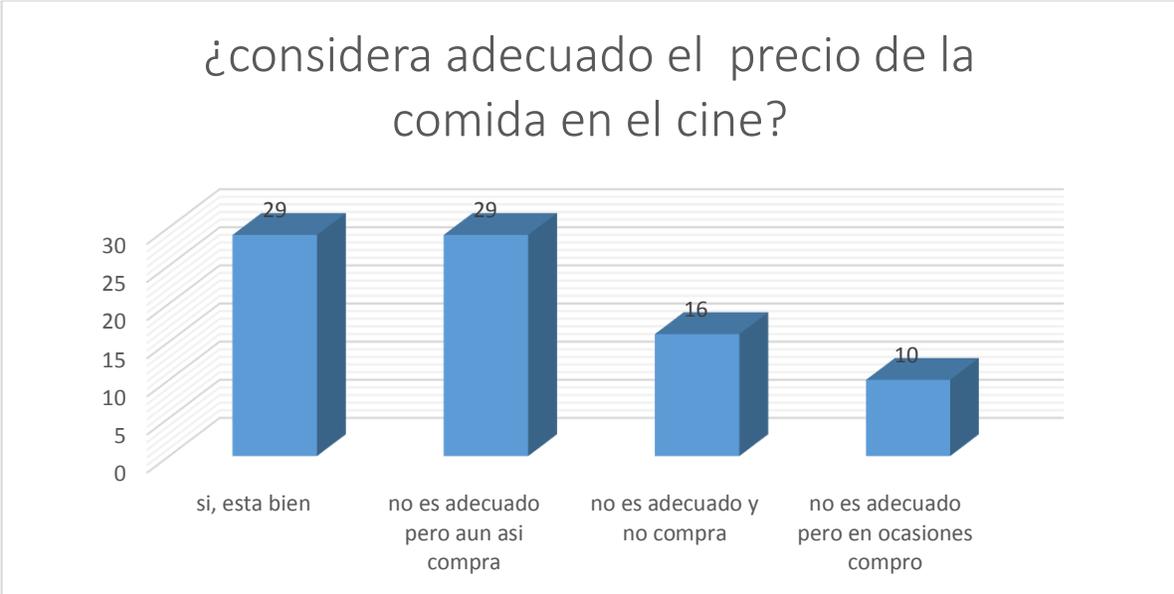
Para la mayoría de los entrevistados, el precio de la entrada de los cines en Ixtapaluca es accesible, en los estudios que hace CANACINE, muestra que en México es uno de los países en que el precio de entrada es uno de los más baratos a nivel mundial. Aunque estos precios pueden ser accesibles para los que asisten, quizás para los que no lo hacen sea algo imposible de pagar, ya que existen una gran variabilidad de precios, no existe un precio de entrada general para todos los días a lo largo de esta investigación los precios de entrada fueron aumentando hasta llegar a los que se mostraron en el cuadro anterior. No existe un precio fijo para el boleto de entrada los corporativos pueden subir los precios a voluntad.

En los resultado definitivos de CANACINE nos muestra que en México el precio del boleto es el más bajo de América y de los más bajos del mundo, esto me sorprende ya que podrá ser considerado barato, pero hay que considerar que en nuestro país hay sectores de la población que no podrían costear una entrada de cine.

A esto añadimos que en la Encuesta Nacional de Prácticas y Consumos Cultural 2010 nos muestra que las personas que más asisten son las de ingresos más altos, entonces que sucede con los sectores populares. Y también no hay que dejar pasar que en dicha encuesta el costo de la entrada se encuentra dentro de las principales razones por las que no se asiste al cine.

Observamos en esta investigación que los precios del boleto de entrada en Ixtapaluca son bajos en comparación con cines de otras zonas, lo que nos muestra es que el precio también responde a la calidad de las salas, como mencionaban algunos gerentes de los complejos cinematográficos, estas son salas sencillas, se construyen sobre el territorio haciendo un estudio de mercado para saber qué precios establecer

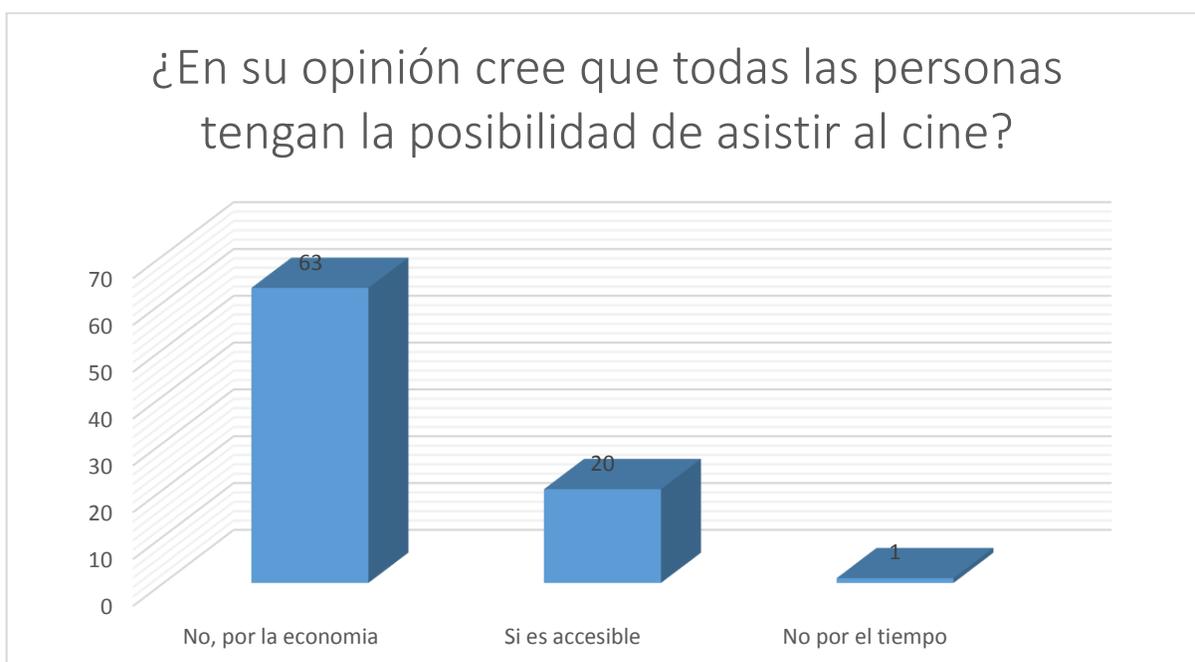
Si bien el precio es accesible, el precio en dulcería excede de manera abrumadora el precio del boleto, esto se debe a que la mayoría de las ganancias se obtienen por medio del consumo en dulcería. En la siguiente grafica se observan las respuestas de nuestros entrevistados sobre este tema.



Fuente: elaboración propia a partir de 84 entrevistas realizadas a públicos de cine.

Po medio de esta pregunta podemos decir que existe una clara conciencia respeto a los elevados costos que se dan en dulcería, pero que existe una articulación entre ir al cine y comer la respuesta constante fue, “a eso se viene al cine, sino no tiene chiste”.

Damos cuenta que los públicos de cine tienen un claro conocimiento de que el cine es un espacio que involucra un gasto fuerte a la economía familiar y son conscientes de que no todas las personas tienen la posibilidad de asistir, ya que existe una barrera económica que se interpone entre las personas y la exhibición fílmica.



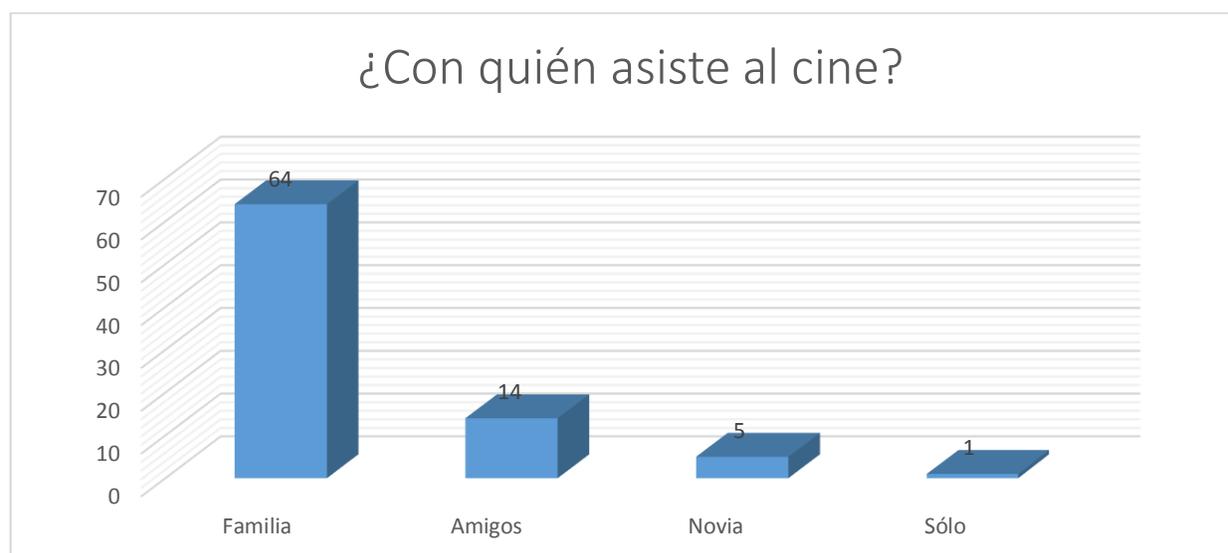
Fuente: Elaboración propia a partir de 84 entrevistas realizadas a públicos de cine

Algunos de nuestros entrevistados dieron respuestas interesantes respecto a este tema, Fátima menciona “No todas las personas pueden asistir al cine, porque los precios son elevados, bueno el boleto no tanto pero el consumo en dulcería sí”.

Luis que menciona “No todas pueden venir al cine, porque es caro, imagínate a un obrero con un sueldo mínimo y que tenga mucha familia, pues no puede venir porque gastaría mucho o más bien ni le alcanzaría” en este sentido también dieron respuesta como, “No asisten porque cada día el sueldo es más bajo y las cosas están más caras, no asisten por la situación económica, muchos van al día y aquí se gasta”.

La asistencia al cine en Ixtapaluca, podemos afirmar que se encuentra atravesada por un factor económico, los precios de entrada son accesibles para quienes asisten pero existe un reconocimiento de que no todas las personas pueden asistir debido a lo costoso que puede ser esta práctica cultural.

En Ixtapaluca esta actividad se realiza mayoritariamente en familia y amigos, de nuestros 84 entrevistados 64 afirmaron que asistirían regularmente con la familia y la segunda respuesta con mayor número fue que asistirían con amigos.



Fuente: Elaboración propia a partir de 84 entrevistas realizadas a públicos de cine.

Hasta este momento hemos observado que el consumo de cine es una actividad que realizan frecuentemente y en familia, aunque se prefiera asistir al cine sabemos que esta actividad se realiza frecuentemente en casa mediante películas en formato DVD. Nuestros entrevistados refieren que ya que la casa es el lugar donde ven películas, aunque mencionan que el venir al cine es mejor ya que es totalmente diferente la experiencia de ver una película.

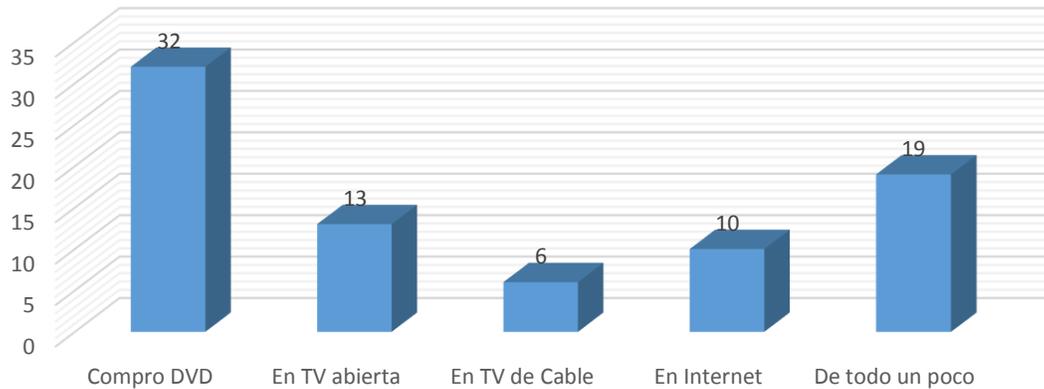
Antes de terminar este apartado enumeraremos algunas características que surgen a partir de la observación y de las entrevistas realizadas en los complejos de cine, respecto a los perfiles de los públicos.

- Existe un gusto por ver cine dentro de las salas cinematográficas , pero la mayor parte del consumo de películas la realizan en sus hogares
- La mayoría escoge la película hasta que llega al cine y sólo algunos consultan la cartelera en internet.
- El precio de entrada de los cines de Ixtapaluca, son considerar accesibles.
- Existe un consumo en dulcería, aunque piensen que el precio es elevado, ya que se cree que hay una estrecha relación entre ver la película y comer.
- Conjuntan ir al cine con otras actividades como pasear, comer, comprar, etc.
- Consideran adecuada la inserción de las salas cinematográficas dentro de los centros comerciales ya que estos espacios se les presentan como una opción de entretenimiento familiar y los consideran seguros y limpios.

3.4. ¿EL CINE SE VE MEJOR EN EL CINE?, OTRAS MANERAS DE ACCEDER AL CINE

En este apartado diremos que efectivamente el cine se ve mejor en el cine, ya que nos encontramos ante un conjunto tecnológico que nos permite el disfrute de imágenes en movimiento que en nuestros hogares no tendrían la misma calidad de imagen, ya que involucra desde sonido, imagen y porque no decirlo comodidad en las salas, empero ir al cine tiene un costo de ahí que la casa sea el lugar donde se consume el mayor número de películas, estas compradas en formato DVD, ilustramos de la siguiente manera las respuestas de nuestros entrevistados.

¿Cuál es la vía por la que usted ve una película en su casa?



Fuente: Elaboración propia a partir de 84 entrevistas realizadas a públicos de cine

Como vemos las entrevistas refuerzan el planteamiento de que uno de los medios a los que se recurre para ver una película es el DVD y que la compra se hace en los tianguis. En Ixtapaluca la Dirección de Desarrollo Económico del municipio registra 83 tianguis en el año 2014, los cuales funcionan en diferentes días de la semana. En los tianguis podemos encontrar de todo en los cuales no falta un puesto de películas. Esta manera de acceder al cine es una de las cuales es más recurrida por los públicos de cine, si en el municipio hay 83 tianguis estamos hablando de casi 1 tianguis por colonia, así que la oferta de películas se vuelve más accesible que trasladarse al cine.

En promedio una película cuesta \$10 y una entrada de cine cuesta entre \$19 y \$45 vemos que es una diferencia notable ya que una película la puede ver toda la familia y sólo se gastaría los \$10 pesos correspondiente a la película, en el caso de ir al cine implica un gasto más grande. Para ver como es la oferta de cine en los tianguis era variada me di a la tarea de recorrer sólo 5 tianguis, el localizado en Izcalli, El Carmen, Ayotla, Ixtapaluca y el Tejolote y encontré lo siguiente.

El precio de las películas no varía en todos los tianguis una película cuesta \$10 de ahí se desprenden las series las cuales varia el precio dependiendo de los discos que contenga cada temporada, pero el precio es de \$12, se puede observar carteles de los estrenos de

las películas de hecho en ocasiones las películas se encuentran primero en el tianguis y después salen en el cine.

Cuadro de Tianguis recorridos en Ixtapaluca

Tianguis	Número de puestos de películas	Precios de películas
Ayotla	2	\$10
Izcalli	3	\$10
El Carmen	2	\$10
Ixtapaluca	10	\$10
El Fraccionamiento	5	\$10

Fuente. Elaboración propia en base a recorridos de campo hechos en febrero de 2015

En los tianguis no sólo hay películas de Hollywood, hay películas mexicanas tanto actuales y viejitas de aquellas que se exhibían en las primeras salas de Ixtapaluca. Podemos encontrar alguna película de arte en el puesto o si no la podemos encargar al vendedor, hay películas animadas etc.; en los tianguis existe una gran variedad de oferta, es para todos los públicos.

Por contrastar un poco en los cines de Ixtapaluca, la oferta de películas es muy parecida en los 5 complejos, para el caso de los puestos en los tianguis la oferta se diversifica, el cuadro siguiente muestra la cartelera del mes de marzo de 2015 y me doy cuenta que es una cartelera no muy variada

Películas en cartelera en los cines de Ixtapaluca

Cine	Películas en cartelera
CINEPOLIS AYOTLA	Focus: Maestro de la estafa, A La Mala, Bob esponja, cincuenta sombras de Grey, sangre de mi sangre, Kingsman: El servicio secreto.
CINEPOLIS SENDERO	Focus: Maestro de la estafa, A La Mala, Bob esponja, Francotirador, Archivo 253, En el bosque, Bienvenidos al ayer, Kingsman: El servicio secreto
CINEMEX GALERIAS	Francotirador, cincuenta sombras de Grey, Mc Farland: sin límites, Bienvenidos al ayer, Kingsman: El servicio secreto, En el bosque.
CINEMEX CORTIJO	Focus: Maestro de la estafa, A la Mala, Bob esponja, Jezabel, bienvenidos al ayer, Francotirador, cincuenta sombras de Grey, Mc Farland, sangre de mi sangre, En el bosque
CINEMAGIC	Focus: Maestro de la estafa, A la mala, Kingsman: El servicio secreto, Mc Farland: sin límites, Franco tirador, cincuentas sombras de Grey, En el bosque, Bob esponja

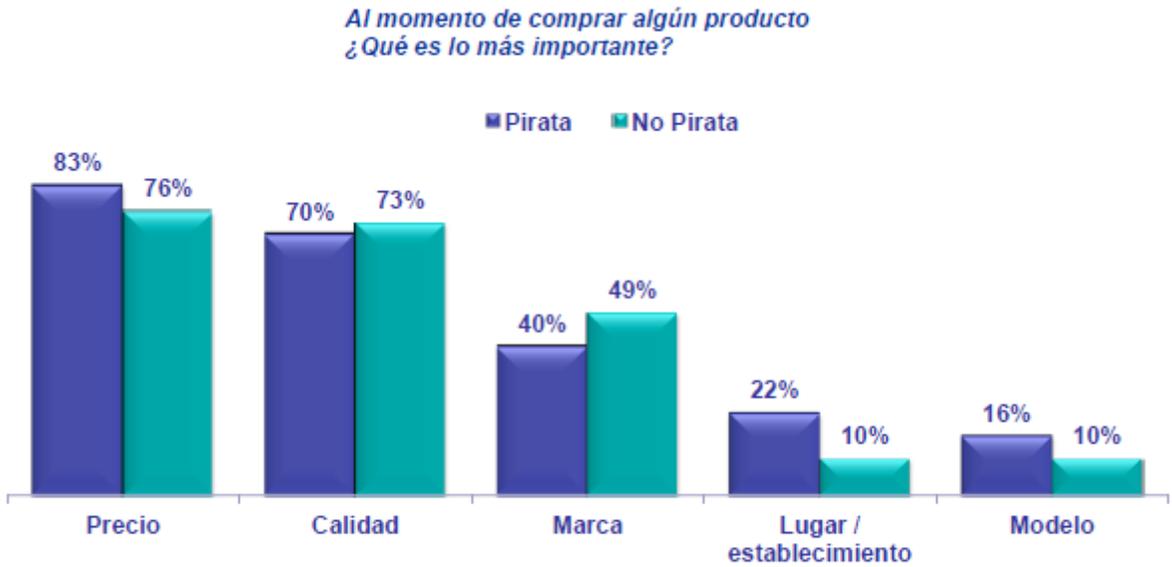
Fuente: Elaboración propia en base a cartelera de los cines

Algo característico es que entre más grande es el tianguis, mayor es la cantidad de puestos de películas, en algunos tianguis los vendedores organizan sus puestos de tal manera que el consumidor busque el género de películas que prefiere, ya que ponen letreros que indican el género de películas que venden y las ubican ahí. No es raro que al llegar al puesto también te recomienden la película que esté de moda, en caso de que sea una película que

sea muy nueva y no la tengan aun te dan una fecha aproximada en el que ya contarán con el material.

Si bien el cine se ve mejor en el cine, hay muchas personas que prefieren comprar una película ya que resulta más económico el disfrute de la película en el hogar, comentaba una persona que no es que no le guste ir al cine, sino que en su consideración es caro y para ella están muy lejos.

El obtener una película en el tianguis es una acción que sabemos que es ilegal, pero se hace porque resulta más económico. Por ejemplo en un estudio sobre la piratería, publicado por CANACINE, muestra una gráfica en la que se observa que al momento de comprar un producto lo que más importa es el precio, seguido de la calidad.



Fuente: Resultados cuantitativos estudios de la piratería 2011

Al hacer recorridos de campo, examinamos que las películas se ven muy bien, de hecho se hace una prueba en el momento y si se llega a ver mal suele cambiarse la película, entonces de aquí que la venta de películas en los tianguis sea un negocio muy redituable. Si bien existen muchos puestos de películas también quiero aquí exponer el caso de Moisés, él es

un joven que se dedica a vender películas, se dedica a este negocio para generar ingresos que le permiten cubrir algunas necesidades para su escuela.

Exponemos este caso ya que da muestra de cómo los públicos de cine pueden ser variados, ¿qué tipo de películas vendes?, el me enumera de la siguiente manera los géneros de cine que vende.

- Terror
- Cine gore
- Cine de ficheras
- Cine de autor
- Cine de arte
- Algunas clásicas que sé que se venderán
- Suspenso

Moisés no tiene un puesto en el tianguis, su público potencial se encuentra en la Universidad Nacional Autónoma de México, FES Aragón, lugar en el que vende sus películas, las películas que vende no son cine comercial al preguntarle porque vendía esas películas me decía que porque era seguro que se vendieran, ya que en la universidad tenían un gusto especial por estas películas.

El precio en el que da sus películas es de \$12, porque no \$ 10 igual que en el tianguis, él me comenta que porque no es lo mismo ya que donde las consigue este tipo de películas cuestan más de lo que llega a costar un película comercial.

Moisés se surte de sus películas en Tepito, bueno realmente es como el referente porque el lugar donde se surte es saliendo del metro Lagunilla. Él piensa que todos los que se dedican a la venta de películas se surte en este lugar, los precios son muy baratos, una película comercial cuesta \$2.50 y \$3.00 a partir de 10 piezas, para el tipo de cine que él vende el precio aumenta puede ir de \$ 5.00 a \$ 7.00, todo depende del local en el que compres.

“las películas que yo vendo cuestan más caras a partir de \$5.00 ya es de buena calidad, porque te pueden llegar a vender el disco más barato pero luego no se ve bien y ahí es donde ya no hay ganancia, así que para asegura una ganancia es comprar el disco a partir de \$5.00” (Moisés entrevistado el 22 de febrero de 2015)

A Moisés le gusta vender este tipo de películas, ya que considera que existirá una ganancia ya que no es un cine tan común que lo encuentres en cualquier puesto, no encuentra interesante vender el cine comercial ya que es un cine muy común que encuentras en cada esquina.

Para el todo el cine es arte, pero puede llegar a considerar una buena película cuando cumple con elementos como una buena historia, buena fotografía y sobre todo que la película tenga una temática interesante que a él le aporte un nuevo conocimiento.

Con base en lo anterior podemos establecer que el consumo de DVD, varia en cuanto a los gustos de sus públicos, si bien en el tianguis hay mayor oferta, los vendedores pretenden sacar mayor ganancia ofertando lo que está de moda en el cine, lo que se anuncia en televisión, ya que al llegar al puesto se te ofrecen películas que se encuentran en cartelera en los cine. El gusto varía y por ellos existen vendedores como Moisés que acercan la oferta cultural a los públicos.

Conclusiones.

A lo largo de esta investigación no hemos podido dejar de lado sentir la nostalgia por “esos tiempos mejores” a los que los entrevistados hacen referencia, sé que no vivimos en esa época pero me emociona poder imaginar mediante los relatos de los entrevistados esas salas de antaño, salas que fueron testigo mudo de una manera de vivir y estar en el cine.

Las salas cinematográficas han cambiado mucho y han mejorado en términos de tecnología y comodidad, como se puede observar en los dos grandes corporativos en los cuales encontramos salas que nos invitan a estar dentro de la misma película como son las salas 4DX, tal vez la experiencia es emocionante pero creo firmemente que cada día vivimos en una modernidad tan líquida que será difícil que en un futuro hablar sobre esa experiencia como lo hacen las anécdotas de los que se sentaron en las sillas de madera del cine Ayotla.

Nos preguntábamos qué implicaciones podía tener que las salas de cine en Ixtapaluca sólo fueran comerciales, al observar las entrevistas realizadas concluimos que en la actualidad se ha homologado esta manera de localización de las salas, para los públicos representa una imagen de modernidad y les brinda seguridad el hecho de que se encapsulen los cines dentro de este espacio.

Algo que podemos concluir es que al ser sólo salas de un determinado corporativo tienen un costo, si algunos días varían los precios e incluso pueden ser económicos, pero aun así pensando en una familia numerosa la asistencia al cine puede ser una erogación económica importante que impacta en el ingreso familiar.

El estrato social de las personas entrevistadas corresponde a un nivel medio, pero que hay de aquellas que en su gasto familiar no les permite un aporte para esta actividad, de aquí que para muchos la opción sea quedarse en casa y acceder a la oferta mediante la TV, el DVD y el internet, oferta que por decirlo de alguna manera es más diversificada que dentro de los mismos cines.

El municipio debería tomar acciones respecto a la exhibición de cine, quizás se piensa que no es un tema importante pero lo es, por qué no fomentar públicos de cine, que tengan

acceso a diversidad de películas, si bien el cine nos permite situarnos en un determinado contexto mediante las imágenes en movimiento he aquí aporte como formador de públicos de cine con sentido crítico.

Propongo entonces la creación de políticas que atiendan el acceso para la mayoría y se preocupen por la formación de públicos, de aquí que se ponga especial atención en crear espacios para la exhibición fílmica que se encuentren alejados de la reorganización actual, que se utilicen espacios públicos para dicha exhibición pensando un poco en los gustos de las personas respecto a la oferta cultural.

Para muchos la exhibición fílmica es algo que poco les puede interesar, pero porque no cuestionarnos al estar sentados en el cine sobre lo que vemos, porque tener que dejar de hacer uso del espacio público al no tener opciones de exhibición.

En Ixtapaluca los 5 complejos de cine se encuentran dentro de centros comerciales, para la mayoría de las personas que asisten al cine no ven ningún problema, al contrario consideran que es mejor ya que brinda mayor seguridad, esto me lleva a decir que realmente lo que está sucediendo es que ya no concebimos los cines si no están dentro de un centro comercial.

El hecho de que un cine se encuentre de centro comercial fomenta que sean más caros, puede parecer razonable el precio de entrada comparado con otros complejos pero no hay que dejar de observar que aun así el costo del boleto equivale a la mitad del salario mínimo de esta zona

La exhibición fílmica en la actualidad se ha vuelto excluyente, si bien existe una asistencia importante a los cines, no es algo que sea recurrente para todos y responde tanto a la reestructuración sobre el territorio de las salas y a la dinámica de consumo que se dentro del complejo cinematográfico.

Por qué recordar las salas de antaño y exponerlas en esta tesis, porque es un aporte para poder analizar qué es lo que sucede con las nuevas salas y poner en especial atención en la manera en que se vivía el cine, claro que no se puede pensar en el consumo sea igual al

pasado, pero si se puede repensar que implicaciones va a llegar a tener esta nueva fase de los cine.

Es importante tomar en cuenta que en el año 2014 ha aumentado las salas cinematográficas, en un lapso de 1 año de 2013 a 2014 se sumaron 198 salas siendo Cinepolis el corporativo que tiene el mayor número de salas (2890). El hecho de que los corporativos cinemex y cinepolis tengan el monopolio de la exhibición fílmica responde a una nula intervención del Estado en este tema, que décadas anteriores el ir al cine formaba parte de la canasta básica.

Nos encontramos ante una época donde los cinemas multiplex y los centros comerciales se ha erigido como los espacios principales de la experiencia cinematográfica que impulsa a otra manera de estar y habitar la ciudad.

Si bien en un principio las salas cinematográficas respondían a una lógica de inclusión de masas, en la actualidad eso ha cambiado ya que han desaparecido las salas únicas, la oferta de películas es homogénea el cine de Hollywood es el que más se exhibe en los cine, de ahí que la piratería en términos de accesibilidad es una de las opciones más variadas que se pueda tener para el consumo de películas.

Este mercado informal es el gran promotor y difusor de la cultura audiovisual, en él encontramos diversidad de títulos tanto películas de Hollywood, Mexicana e internacionales, existe una mayor diversidad y por eso puedo decir que llega a todos los públicos y a los sectores que no pueden pagar la entrada ver una película en el cine. La piratería ha logrado hacerse presente en las calles de manera masiva y se ha convertido en un puente de acceso a la cultura audiovisual.

El estudio del consumo cultural se vuelve un tema clave para sustentar la intervención pública, frente a las nuevas dinámicas de consumo que genera el mercado, el estudio de los públicos de cine y también de la formación de los mismos en municipio como Ixtapaluca, apuntala a que esta práctica de consumo se pueda transformar en una manera de construir ciudadanía y que se pueda tener un reconocimiento como derecho cultural y no como una práctica relacionada solamente al ocio.

FUENTES BIBLIOGRÁFICAS Y WEBGRÁFICAS

Acuerdo Nacional contra la piratería, consultado el 27 de octubre de 2013 en: www.apcm.org.mx/archivos/AcuerdoNacionalVSPirateria.pdf

Arango, A. 2010. La periferia conurbada de la ciudad de México. Movilidad cotidiana y manejo de tiempo de la población en unidades habitacionales de Ixtapaluca. Tesis de Maestría de Facultad de Arquitectura UNAM, México.

Anuario Estadístico de Cine Mexicano 2013, consultado el 18 de enero de 2015 en imcine.org.mx/

Bando Municipal Ixtapaluca 2013, consultado el 30 de septiembre de 2013 en: <http://www.edomex.gob.mx/legistelfon/doc/pdf/bdo/bdo041.pdf>

CANACINE 2014. Resultados definitivos CANACINE 2014, consultado el 19 de febrero de 2015 en: canacine.org.mx/

CONAPO, 2010 Delimitación de las zonas metropolitanas de México 2010. SEDESOL, CONAPO e INEGI. México. Consultado el 12 de enero de 2014 en: <http://www.conapo.gob.mx/>

CONASAMI, 2015. Salario mínimo por Zona consultado el 18 de febrero de 2015 en: www.conasami.gob.mx/nvos_sal_2015.html

Conformación De La Zona Metropolitana COESPO 2009, consultado el 12 de enero de 2014 de http://gacontent.edomex.gob.mx/idc/groups/public/documents/edomex_archivo/coespo_pdf_confzm.pdf

Encuesta Nacional de Prácticas y Consumos Culturales 2010 consultado el 13 de junio de 2014 en: <http://sic.conaculta.gob.mx/>

Estadística Básica Municipal Del Estado De México, Ixtapaluca 2011 consultado el 30 de septiembre de 2013 <http://igecem.edomex.gob.mx/descargas/estadistica/ESTADISTICABMUNI/ESTADISTICABASI/ARCHIVOS/Ixtapaluca.pdf>

García Canclini, Néstor (coord.) 1993, *El consumo cultural en México*, México, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.

García Canclini, Néstor y Mabel Piccini, 1993, "Culturas de la ciudad de México: símbolos colectivos y usos del espacio urbano" en Néstor García Canclini (coord.), *El consumo cultural en México*, México, Consejo Nacional para la cultura y las artes, pp. 43-85.

García Canclini, Néstor, 1998. "Las cuatro ciudades" en García Canclini (coord.) *Cultura y comunicación en la ciudad de México. Modernidad y multiculturalismo la ciudad de México a fin de siglo*, Grijalbo, México, pp. 19-39

García Canclini, Néstor, 1998. "Qué hay para ver: mapas de la oferta y prácticas culturales" en García Canclini (coord.) *Cultura y comunicación en la ciudad de México. Modernidad y multiculturalismo la ciudad de México a fin de siglo*, Grijalbo, México, pp. 41-63

Güell Pedro, Rommy Morales y Tomas Peters, 2011, *Una canasta básica de consumo cultural para América Latina*, consultado el 19 de noviembre de 2014 en: docenteslibresmdq.files.wordpress.com/2011/05/libro-digital_2011.pdf

INEGI 2010 consultado el 30 de septiembre de 2013 en: <http://www.inegi.org.mx/>

Lina, P. Y Rodríguez, H. 2003 El espacio social de la ciudad de Ixtapaluca: proceso de periurbanización de la Ciudad de México. Scripta Nova. *Revista electrónica de geografía y ciencias sociales*. Barcelona: Universidad de Barcelona, 1 de agosto de 2003, vol. VII, núm. Consultado el 23 de marzo de 2014 en [http://www.ub.edu/geocrit/sn/sn-146\(042\).htm](http://www.ub.edu/geocrit/sn/sn-146(042).htm)

Lipovetsky Guilles y Jean Serroy, 2009, *La pantalla global*, Paris, Anagrama.

Modificación al Plan Parcial de Desarrollo Urbano de Ixtapaluca 2011, consultado el 10 de diciembre de 2013 en http://portal2.edomex.gob.mx/sedur/planes_de_desarrollo/planes_municipales/ixtapaluca/index.htm

Nivón, Eduardo 1998, "De periferias y suburbios Territorio y relaciones culturales en los márgenes de la ciudad" en García Canclini (coord.) *Cultura y comunicación en la ciudad de México. Modernidad y multiculturalismo la ciudad de México a fin de siglo*, Grijalbo, México, pp. 205-233

Ochoa Cuauhtémoc y Ana Rosas Mantecón, 2007, "Cines y ciudad: inclusión segregación y fragmentación urbana" en María Ana Portal (coord.), *Espacios Públicos y practicas metropolitanas*, Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología, México, pp. 207-252.

Ochoa Cuauhtémoc, 1998, *Las salas cinematográficas en la ciudad de México en tiempos de cambio 1982-1997*. Tesis de maestría en Planeación y Políticas Metropolitanas, UAM-Azcapotzalco, México, México.

Picazo, M. 1998 "Tejiendo memoria" Ayotla textil, 1965-1971. Una lucha intergremial. Tesis de licenciatura en Historia, UAM-I. México.

Resultados definitivos Estudio de Piratería 2011, consultado el 1 de marzo de 2015 en canacine.org.mx/

Rosas Mantecón, Ana, 2010 "Itinerarios de un viajero por el consumo cultural. Públicos y ciudadanos en la obra de Néstor García Canclini" en *Voces híbridas. Reflexiones en torno la obra de Néstor García Canclini*, Eduardo Nivón (coord.). México, UAM- Siglo XXI Eds.

Rosas Mantecón, Ana, 2014, *Los públicos*, Modulo los públicos diseño instruccional, México, UAM.

Salinas, L. A., 2008 Segregación residencial en la Zona Metropolitana de la ciudad de México. Trabajo presentado en X Coloquio Internacional de Geocrítica. Barcelona mayo 2008. España