

Entrevista Lucila Hinojosa Córdova

El espectador de cine es el sujeto que descodifica, de manera crítica, el mensaje filmico.



Doctora en Comunicación Social, investigadora y docente mexicana. Nació en 1953, en Monterrey, Nuevo León. Elaboró el tratado *El cine*

mexicano y su espectador: un estudio sobre recepción cinematográfica. Trabaja en la Facultad de Ciencias de la Comunicación de Nuevo León, como sub-directora académica.

¿Qué características tiene el espectador de cine?

Se podrían identificar dos “lectores” del código filmico: el “común”, que asiste o se expone de vez en cuando al producto filmico y que obtendría como gratificación diversión, entretenimiento, evasión, de vez en cuando aprendizaje; y el “cinéfilo”, el que es asiduo asistente o se expone con frecuencia a las películas, y que además de las gratificaciones obtenidas por el espectador común, descodifica con una fruición más erudita y crítica el mensaje filmico.

El cine como medio de comunicación masiva, ¿de qué forma influye en sus espectadores?

Con base en la respuesta anterior, va a influir de manera distinta, pero también va a depender de las condiciones relativas a la influencia selectiva (diferencias individuales, categorías sociales, relaciones sociales, normas culturales) y a los usos y

gratificaciones que espere obtener de su exposición al mensaje filmico.

Esta influencia puede manifestarse en la visión del mundo, las cogniciones acerca de los acontecimientos y las personas, el comportamiento, el lenguaje, las actitudes y valores, pero principalmente en la imagen acerca de sí mismo y su lugar en el mundo. En las películas se expresa la filosofía de la época, las ideas de los grupos dominantes y, en el cine alternativo, de los grupos oprimidos o excluidos.

¿Cuál es la relación que se establece entre el espectador de cine y el medio?

La relación va a depender de la disposición del sujeto. Ir a las salas de cine es una experiencia gregaria; sin embargo, la experiencia cinéfila es una experiencia personal, de compenetración entre el receptor y el mensaje tal vez más profunda que con cualquier otro medio (tal vez superada en ocasiones por la lectura de un libro), donde se establece un contrato de verosimilitud entre el espectador y la película en el sentido de que “voy a creer en lo que me dices”, el cual determina esa relación sui generis entre el espectador de cine y el medio.

¿Es el cine un forjador de cultura?

Sin duda. Las películas son un importante vehículo de visiones del mundo, valores culturales e ideologías, que no sólo nutren (o enferman) la mente de las personas y despiertan emociones y sentimientos en torno a otras maneras de ser, ver, pensar, sentir.

¿Cómo definir el cine en medio de una sociedad global?

El cine es una industria, un negocio, pero también es ideología. Quienes controlan el circuito productivo (producción, distribución, exhibición y consumo) de los productos filmicos, puede decirse que controlan también, en cierta manera, los insumos culturales de los que se apropian las personas y con lo cual interactúan en su vida cotidiana. La globalización económica está afectando al cine de los países periféricos, ya que las políticas económicas neoliberales como la apertura de los mercados, las privatizaciones y desregulaciones están ocasionando que las industrias culturales de algunos países no puedan competir en igualdad de circunstancias con las grandes corporaciones transnacionales que dominan el mercado cinematográfico. En este sentido, las políticas culturales de cada país para resguardar y proteger su industria cinematográfica son de vital importancia en una sociedad global cada vez más compleja e inequitativa para el conjunto de todas las naciones, donde sólo las más desarrolladas disfrutan de los beneficios de la globalización económica, política y cultural.

Por: María Velázquez Dorantes /
mvdorantes@yahoo.com.mx