



cambió de siglas por las de XERPL (Radio Programas de León).

Esta década marcó el fin de la programación en vivo, realizada en teatro estudio y estructurada con base en la venta de tiempos. La XELEO es la última estación con teatro estudio y tácticas a la antigua usanza (no hay que olvidar que era propiedad de Cutberto Navarro): programas en vivo como **La hora azul de los niños**; radionovelas como **Kalimán**; programas especiales para celebrar el día del niño y del maestro; promociones de concursos y regalos. A través de unidades se móviles hacían recorridos por la ciudad y, en las casa donde se escuchaba la XELEO, daban regalos. Incluso esta forma de trabajar hizo a las otras estaciones idear algo parecido, como en el caso de la XEXZ, que implemento la promoción de **El Radiazo... RZ**, que consistía en regalar bicicletas. Conforme avanzó la década, el sistema fue cambiando: adelantos tecnológicos y nuevas formas de comercialización, de la venta de tiempos a los spots, los programas pregrabados que dejan la locución en vivo sólo para la presentación de las canciones. Es en los sesenta cuando se formaron e iniciaron su consolidación los grupos radiofónicos que actualmente funcionan.

Durante los setenta es impresionante el gran despliegue de radiodifusoras: en 1970 apareció la XHLG; en 1971 la XEACN, propiedad de Rafael Cutberto Navarro, que abrió en San Francisco del Rincón y tiempo después se cambió a León; en 1972, la XHMD-FM.

Dos cosas llaman la atención: aparecen más estaciones de radio que en ninguna otra década, y la mayoría son de Frecuencia Modulada. Sobre la proliferación de radiodifusoras habrá que recordar lo que señalan investigadores de la radio en México: los sesenta y setenta se caracterizaron no sólo por la creación del nuevo sistema comercial y la consolidación como tal de la industria radiofónica, sino por su concentración en grupos, lo cual habla de la inversión de nuevos capitales. Por otra parte, desde entonces se concentra en León la mayor cantidad



de estaciones de FM del estado de Guanajuato.


La década de los ochenta inicia con la aparición en 1981 de XHPQ-FM y hasta 1989 se podrá encontrar la aparición de la estación XHML **Stereo Vida** y el traslado de las oficinas de la XHGTO de la ciudad de Guanajuato a León.

En esta década se transformó la manera de operar: los sistemas digitales y los enlaces vía satélite traen otras formas de comercializar y transmitir programas y contenidos. Los grupos radiofónicos que lograron esta transformación tienen mayor variedad de programas en lo que a contenidos se refiere, y por momentos desaparecen las barreras entre una radio de provincia y otra de la capital. Por otra parte, los grupos que no incorporan la nueva tecnología, trabajan con la confianza de ser los más tradicionales en el gusto popular.

La radio, en la actualidad, es un medio en lucha: por una parte, las constantes innovaciones técnicas (transmisiones vía satélite, grabadoras, **walkman**, radios de bolsillo, etc.) y por otra, una sociedad cambiante que demanda nuevos contenidos, impulsan la necesidad de hacer una radio nueva, con distintas propuestas y recursos, con los evidentes riesgos para la radio conservadora, que poco se atreve a ya no sólo renovarse técnicamente, sino a brindar una oferta radiofónica para una ciudad que crece, se diversifica y adquiere rápidamente una nueva fisonomía, tanto económica como cultural.

Sobre el fenómeno de la radio en León prácticamente todo está por investigarse, y más sobre la década de los noventa, que cuando se vislumbran transformaciones importantes.

Como último comentario, llama la atención que en los ochenta, en cuatro instituciones educativas de esta ciudad se impartía la licenciatura en Comunicación y pese a ello, poco se ha investigado sobre la radio. Ahí,



en ese medio tan cotidiano, tan familiar, en ese fondo musical en el que pasan tantas y tantas cosas, se puede encontrar una fuente riquísima de temas de tesis. Sólo están a la espera.

- (1) *Armonía Social*. Círculo Leonés Mutualista, octubre de 1922.
- (2) *Prensa Libre*, 22 de abril 1933.
- (3) *El Heraldo del Bajío*, 14 de mayo de 1933.
- (4) *El Centro*, 3 de abril de 1934.
- (5) *El Centro*, 3 de julio de 1934.
- (6) *El Centro*, 5 de julio de 1934.
- (7) Registro Público de la Propiedad de León, tomo VI registro 61.
- (8) Revista de la XERZ en su II aniversario en 1944.
- (9) Directorio General de León 1941-1942 Enero de 1941. Cámara Nacional de Comercio e Industria.
- (10) Revista de la XERZ en su II aniversario en 1944.
- (11) Discurso pronunciado por Antonio Malacara el 23 de mayo de 1942, con motivo de la reapertura de la estación.
- (12) Boletín de Archivo Histórico Municipal, 20 de junio de 1969. Año V Núm. 54.
- (13) Revista *Actualidades*, 6 de noviembre de 1946.
- (14) Revista *Actualidades*, 26 de mayo de 1946.



bibliografía.

ARREDONDO, Pablo y Sánchez Ruiz, Enrique (1986). *Comunicación social, poder y democracia en México*. Universidad de Guadalajara.

FERNÁNDEZ Christlieb, Fátima (1989). "Nuevos títulos de concesión para radio", en *La Jornada*, 2 de julio.


GÓMEZ Vargas, Héctor (1991). "Notas para entender el surgimiento de la radio comercial en León", en Aceves, F., Arredondo, P. Y Luna, C. (compiladores), *La radio regional en México*. Guadalajara, Universidad de Guadalajara.

MALACARA, Antonio. "Apuntes sobre radio en nuestra patria". *Revista de la estación XEFM*, 1942.

MEJÍA Barquera, Fernando (1989). *La industria de la radio y la televisión y la política del estado Mexicano (1920-1960)*. México, Fundación Manuel Buendía.

MUÑOZ Martínez, Verónica (1989). *Análisis de la radiodifusión comercial en León, Gto., su programación y sus efectos*. León, Tesis de licenciatura en Comunicación, Universidad del Bajío.

ROMO, Cristina (1991). *Ondas, canales y mensajes. Un perfil de la radio en México*. Guadalajara, ITESO.




Medios audiovisuales en León: *visitaciones a la educación silenciosa*

Fade in.

¿Cuánto sabemos de la acción de los medios masivos en la ciudad de León? ¿Tienen importancia en la vida social como para que se les estudie más allá del ensayo y del reportaje periodístico? Realmente es difícil dar respuesta a estas preguntas porque la ignorancia que tenemos de la acción de los medios masivos en León es casi total. Es notable la indiferencia de los investigadores locales para considerarlos como objeto de estudio.

Tras esas preguntas, caen como cascada una serie de interrogantes, igual de pertinentes. Preguntas como, “¿qué significado tienen los distintos medios para sus receptores y la sociedad?, ¿qué hace, ha hecho y hará la gente con los medios?, ¿cómo éstos han producido, producen y producirán representaciones de la realidad?, ¿cómo los provincianos han construido, construyen y construirán los significados con que conforman su identidad, su memoria?, ¿cómo orientaron, orientan y orientarán su acción y sus creencias?” (Gómez Vargas 1993), no han encontrado tampoco respuestas, pese a que consideramos que en ellas se ponen en juego muchos factores decisivos de las dinámicas sociales actuales y futuras.

¿Son los medios una forma sustituta, complementaria, rival, compañera, confidente, de la educación formal? ¿La acción de los medios tiene más peso y enseña más que la escuela? En esta bendita tierra que Dios nos




dio, no se ha dado respuesta. Con los pelos en la mano, no lo sabemos. Podemos suponer, rastrear, reflexionar, aventurar. Pero, a ciencia cierta, sólo eso serán, suposiciones.

Hace unos años, el historiador Héctor Aguilar Camín llamo la atención sobre la acción realizada por los medios desde la década de los cincuenta, acción que aceleró el cambio social y cultural que hoy vivimos, algo así como la revolución cultural de tipo silencioso (Aguilar Camín 1993). Giro radical, extraordinario y definitivo, que implicó mutaciones en las esferas políticas y económicas del país, pero también en los modos de vida, en las prácticas y relaciones sociales, en las concepciones y valoraciones de las gentes, y que ha estado, está, ahí, codo a codo con la vida cotidiana. Y, sin embargo, no la vemos, simplemente la vivimos.

La apuesta que aquí se establece es que en una ciudad como León, la presencia de los medios masivos de comunicación han tenido y tienen, una importancia fundamental y clave en la revolución silenciosa que vivimos desde hace unas décadas, ya que muchas de las formas de ser, pensar, relacionarnos, convivir, nombrar, gustar, aborrecer, imaginar, se deben a la relación diaria y cada vez más intensa, cuantitativa y cualitativamente, de los leoneses con los medios, dentro del accionar de la industria cultural (García Canclini 1992 y De María y Campos 1992). Es decir, en gran parte no podemos entender la cultura leonesa actual, si no nos asomamos a lo que sucede en los medios masivos locales.

Hablar de cultura, dirá el investigador José Joaquín Brunner, "exige referirse a representaciones colectivas, creencias profundas, estilos cognitivos, comunicación de símbolos, juegos de lenguaje, sedimentación de tradiciones, etcétera" (Brunner 1987). La cultura será aquella dimensión de la vida social que "le da espesor al presente y factibilidad al porvenir" (González 1987), ya que es el principio organizador de la



experiencia cotidiana y el registro “hecho piel” de las memorias, las identidades y los imaginarios que han sedimentado en el accionar social de todo sujeto.


La relación que guardan la acción de la escuela y la de los medios, está mediada por los patrones de vida, los sueños de los que día a día se alimenta la mayoría local, ya que como señala Shakespeare: la vida es sueño, y nosotros estamos hechos de la misma materia.

Focus in.

Los mexicanos, soñábamos y seguimos soñando mucho. ¿De qué están hechos nuestros sueños? ¿Sólo de restos fosilizados del pasado? ¿Sólo de fantasías esfumables del futuro?

Religiosidades populares, industrias culturales, nuevas identidades urbanas, profusión de tecnologías lúdicas, migración masiva a los polos del desarrollo, solidaridad e imaginación social para vencer al terror, una presencia étnica constante, sonante, que se resiste a su aniquilamiento a través de los siglos, densas culturas populares que a su modo, hacen las paces y a veces las guerritas con las culturas de las clases dominantes, múltiples frentes culturales... en donde se lucha por ver quién dirige, hacia dónde vamos, quién se lleva la peor parte y con qué costo (González y Reguillo 1992).


La tarea de responder de qué están hechos nuestros sueños hoy día y con los que, según nosotros, está en juego mucho de nuestro ser social, no es una tarea nada fácil porque el signo de las sociedades de nuestros tiempos es la complejidad, la diversidad, la ambigüedad, la contradicción y lo simultáneo. Requiere varias puertas de entrada que implican dintintos ángulos y niveles de análisis. Más que un cuadro conceptual o teórico



para encontrar una primera versión de respuesta, preferimos manejar un conjunto de imágenes sueltas, pero con una intensa inter e intra relación que a manera de tomas sueltas de una película, nos sugieran un panorama.

Toma uno. En la ruta de las reflexiones de José Joaquín Brunner sobre el proceso de la modernidad, considerado como un movimiento de época que deviene de un proceso de larga duración (Brunner 1989), menciona el cambio de una cultura tradicional, caracterizada por una comunicación personal y de proximidad social, a una cultura organizada y producida para públicos masivos por instituciones culturales especializadas. La actual vida cotidiana de la mayoría, es producto de la forma como se articula la cultura institucionalizada con cada sociedad. Lo propio y lo ajeno, lo internacional con lo local, lo pasado con lo presente tirando al futuro, lo histórico con lo cotidiano se tocan, y en ese encuentro explotan los discursos, las lógicas, las racionalidades, los escenarios, los actores, las temporalidades, que son los primeros síntomas del nuevo milenio. Pero, y ahí está el pero, de acuerdo con el contexto socio-histórico de un grupo social concreto y particular (Thompson 1993), se leen, se sienten, se perciben, se viven esos procesos culturales. Más que una visión iniciada desde la globalización, como muchos pretenden, para ver cómo nos estandarizamos, la lectura desde el terruño, la patria, como diría el historiador Luis González, es imprescindible para ver cómo se están dando las costuras del proceso que jala a la homogenización y las reacciones que gritan por la diferencia.

Toma dos. Como diría el antropólogo francés Marc Augé, la ciudad es el escenario donde todos los procesos sociales propios de la modernidad se han concentrado y actúan (Winocur 1994). La ciudad no vista como ladrillos, cemento y nomenclatura para abrir un comercio. La ciudad de León que trae dentro de sí un proceso social histórico por donde atraviesa la creciente complejidad de la vida social (Labarthe y Ortega 1994), como una "unidad geodeológica de construcción y reconstrucción




de sentidos históricamente contruidos” (González 1884). Hace casi diez años la directora de Desarrollo Urbano de León comentaba que la ciudad se había convertido en una ciudad desconocida (1). Lo desconocido implica la incapacidad de emplear una sola mirada, una sola acción, una sola lógica con la que hasta hace unos años se podía dar cuenta de ella. Es lo que señala Héctor Aguilar Camín cuando dice de la provincia mexicana:

Ese lugar mitológico no es ya el de las esencias inmutables y denodadas de la patria, sino el del cambio acelerado. Lo recorren la abundancia demográfica, la proliferación de universidades, bancos, centros comerciales, radioemisoras, televisoras, videoclubes, videomodas y antenas parabólicas (op. cit.).

Objeto multidimensional, poliforme, en permanente mutación, la ciudad explota y alrededor de ella, múltiples y diferentes lógicas, espacios, discursos, racionalidades, costumbres, prácticas, identidades, imaginarios, comienzan a convivir, no necesariamente con un espíritu de camaradería, y a reinventar desde las lecturas locales, nuevas dinámicas culturales que muchas veces a nivel de noticia las vemos día con día en los periódicos.

Toma tres. Al iniciar el presente siglo, ni tardos ni perezosos, pronto llegaron los medios audiovisuales a León. Desde finales del siglo XIX a la fecha hemos visto mucho cine y de múltiples maneras. Desde los treinta escuchamos y producimos radio local. Desde los sesenta a la fecha nos vemos en la tele. Los medios audiovisuales en León son testigos y actores de cómo la vida en la ciudad ha cambiado: a veces ellos son los cambiados, a veces ellos meten el gusanito de la duda, a veces, los dos. Desde su llegada, han retomado y condensado las dinámicas culturales internacionales, nacionales y locales, han redefinido la vida diaria, las representaciones, las aspiraciones y las nominaciones del mundo y de




la vida, de lo propio y de lo ajeno, han creado los marcos de lo público y lo privado, lo nuevo y lo viejo, lo interesante y lo aburrido, lo cursi y lo estético, el entretenimiento y lo noticioso, lo que se puede aspirar y lo que se debe de odiar. Con los años, los medios han conformado un mercado simbólico donde se han configurado las pautas, perfiles y márgenes para que la sociedad también sea un público (González 1994).

Todo público se hace tal, por la conformación de una oferta cultural local, por la creación de espacios por donde circulan los bienes y formas simbólicas, y va proponiendo y "exigiendo" una serie de competencias, prácticas y saberes que le van permitiendo una nueva experiencia cultural específica y diferenciada respecto a otra oferta cultural y le hacen sentirse identificado como público de... (Mata 1994). Los cambios en las ofertas culturales traen aparejado, con diferentes ritmos e intensidades, nuevas formas de ser público (Gómez Vargas 1995), y las nuevas formas de manifestarse y actuar del ser social, la manera silenciosa como hemos entrado y vivido la revolución silenciosa.

Zoom in.

La acción de los medios audiovisuales en León tiene una relación muy íntima y estrecha con varios de los procesos de la vida social y cultural que se han ido gestando en la ciudad.


Desde hace décadas, la ciudad se ha nutrido de diferentes modelos de formas de vida, patrones de acción y evaluación que, de acuerdo con las maneras muy particulares de "leer" esos movimientos, los fue apropiando, internalizando. Lo que hoy vivimos es un momento más de ese proceso que inició bastante tiempo atrás. Ruinas circulares, diría Borges, que renuevan y permiten la circulación de los sentidos con los que vivimos



todos los días. La novedad es con la explosión de los discursos, de las ofertas de modos de ser y aspirar a ser, las identidades urbanas se entrelazan y conviven y van ganando espacios, adeptos y aficiones.

Si desde hace décadas aprendimos a ser público, por el otro lado, pese a que el crecimiento demográfico en la ciudad fue muy superior al de toda la región desde el siglo pasado, la explosión urbana inició en los sesenta y se aceleró en los setenta y ochenta, lo que vivimos de unos años a la fecha, -con la aparición de centros comerciales, de avenidas que cruzan y parten barrios tradicionales, las casas que se van convirtiendo en negocios y comercios; la llegada masiva de bancos, restaurantes, tiendas, agencias, compañías de franquicias-, no es otra cosa sino el aprendizaje, de un día para otro, de nuevas formas de ser socialmente: tiendas de comida extranjera, muebles y ropa de importación, comidas desconocidas al paladar leonés y que se adaptan a su vida privada, a su dinámica diaria al pedir un servicio a domicilio o para preparar en el horno de microondas; restaurantes o tiendas que recrean ambientes del extranjero o de la ciudad de México donde nos podemos sentir en o como en los relatos de Marcel Poust en libros como **Por el camino de Swan** o **A la sombra de las muchachas en flor**, sobre una sociedad floreciente y emergente en la carrera de la modernidad parisiense del siglo pasado, lo podemos ver en vivo y a todo color en los Sanborn's con las damas leonesas departiendo el rato, en el Kentucky Fried Chicken y en el McDonald's con los nuevos modelos de la familia feliz, en la librería del Vips y encontrar lo que Carlos Monsiváis llama como los "catecismos de fin de siglo", la gente comprando una paleta de La flor de Michoacán en pleno centro comercial, al lado de Foot Locker.

Es decir, no sólo hemos aprendido a ser público de, sino que en los tiempos que corren, lo que exige la vida diaria en su transitar dentro y fuera del hogar, son múltiples formas de ser público de. Como en el mercado de la computación donde lo que sale hoy dentro de una semana




ya está discontinuado, muchas de esas formas de ser requieren una sedimentación histórica para reactualizarse, o aprender y apropiarse de formas inusitadas de ser público cultural.

Zoom out.

Zonas de paso y de cruce de la modernidad, los medios masivos en León son uno de los principales surtidores y conformadores de los públicos que hemos sido, somos y nos dirigimos a ser. Por ellos corren los vientos de los tiempos, los del cambio y los de la permanencia, los de la aldea global y la aldea local, los discursos en pugna y en coqueteo permanente por definir los sentidos del mundo y de la vida, los marcos en que se reconoce lo divertido/aburrido, lo interesante/intrascendente, lo sustantivo/adjetivo. Y también por ellos corren las formas como nos hemos hecho y estamos aprendiendo a ser público. Uno de los lugares donde se percibe mejor todo esto es en el sistema de televisión por cable local.

A partir de que el sistema de televisión por cable llega a León, la forma de ver televisión cambia sensiblemente. Aun cuando se veía televisión desde los cincuenta, se hacía a través del empleo de una antena de aire con la cual se podía ver uno o dos canales de la ciudad de México, que de vez en vez cambiaba un canal por otro, del total que había en la capital. En 1968, cuando se inauguró el canal de televisión local, ingresó al raquítico menú televisivo que se veía en los hogares leoneses.

En 1974 se funda la compañía TV Cable de León que iniciará a trabajar hacia los ochenta y en donde, además de la programación local, se transmite la mayor parte de los canales de la ciudad de México y de Guadalajara. De golpe, el espectro cambió: tener acceso a la mayoría de los canales de Televisa, a un canal "distinto" como el 11, del Politécnico




Nacional, a la producción televisiva de Guadalajara, era como estar de mirones y ser ciudadanos de “larga distancia”, presenciando, ahora sí, dinámicas y acontecimientos “importantes” y más “atractivas”.

De repente, la oferta televisiva crece y la televisión explota: hasta 1989 se transmiten 11 canales, después se amplía a 16, con la incorporación de más canales, la mayoría con dos características particulares: canales extranjeros (específicamente norteamericanos) y el que cada uno se “especializaba” en un tipo particular de programación: noticias, películas, música, deportes, etcétera.

En 1991 TV Cable de León amplía nuevamente sus servicios a: los 16 canales básicos (CNN, TNT, Galavisión, Univisión, Multideporte, etcétera) y suma los canales adicionales a través de un decodificador (ABC, CBS, NBC, USA Network). Desde esa fecha, la empresa TV Cable de León fue aumentando paulatinamente los canales considerados como básicos, y en febrero de 1994, ofrece tres tipos de servicios en su programación: el sistema básico, con 23 canales (como el 6 de la ciudad de León, XEW, Tele Hit, XHGC, canal 4 y 10 de León, ESPN, TNT, CMC, Univisión, Canal 7 y 13 de Imevisión, tele Mundo, Cartoon Network, Discovery, TVC, AS, MTV Latino, NBC/Canal 22, Telemax, Arts), el sistema Super Básico (USA Network, CBS, NBC, FOX, WGN, Super Station, Cinema Golden Choice) y el sistema Premium Channels (HBO Ole, Cinemax).

Al expandirse, la televisión sugiere un amplio y diverso espectro que nos lleva más allá de los límites de la colonia, la ciudad o del país. Lo que se tardaba semanas en ser noticia o meses para acceder a él, ahora es inmediato su conocimiento cuando sale al mercado: los lugares para divertirse; los programas, los juguetes o las películas que uno no puede perderse; las modas, los cosméticos, las cervezas y las ofertas que tarde o temprano estarán a nuestro alcance; las promociones de empresas



como McDonlad's, Burger King, Domino's Pizza, con sus estrategias de mercadeo y servicios al cliente que muestran las nuevas maneras de consumir y disfrutar.

La programación es plural, heterogénea, repetitiva, sosa, homogénea, localista, cosmopolita, "chafa", creativa, y lo que estaba escrito en los decálogos de la moral televisiva de antaño y que era, de plano, impensable llegar a ver algún día, ahí está, en los rincones hogareños, al alcance del control de la televisión: programas religiosos y programas sobre ovnis, aguas milagrosas, misas del Papa; noticias con versiones contrarias y desconcertantes sobre sucesos políticos y económicos del país; violencia física, psíquica y emocional; escenas con desnudos, relaciones e insinuaciones sexuales; albures, malas palabras; cine de arte o programas científicos que lo mismo tratan la historia de castillos de Europa que las costumbres de los aborígenes del mundo, proyectos espaciales de la NASA, el surrealismo, la arquitectura de Luis Barragán, narradores clásicos contemporáneos.

Ventana, maestra, consejera, gurú, almohada, desintoxicadora, la mejor manera de matar el "tiempo" y de "no pensar", inspiradora, termómetro: la complejidad del mundo, del nuevo rostro que va adquiriendo la ciudad, se asoma por la televisión por cable. Al tener la televisión nuevos límites y posibilidades (Murdock 1990) de ver televisión de la mayoría, es ella la que permite entrever a los nuevos públicos locales, que están en un proceso de sedimentación como de aprendizaje. Entre la torpeza, la ineficiencia, el "agandalle", el olfato para hacer negocio, el miedo por la competencia de los videos, el cine o la llegada de otros sistemas de televisión por cable o vía satélite, TV Cable de León cambia constantemente su programación, y los públicos aprenden nuevas maneras de ver televisión, pero también nuevas maneras de ver y concebir al mundo, de actuar y relacionarse con su ciudad y sus grupos sociales, de aspirar y soñar futuros posibles.



Fade out.

¿Cómo calibrar la presencia y la acción de los medios masivos de León? La idea común es que su accionar es meramente ornamental, secundario, complementario y, si es necesario, prescindible. ¿Será? Lo primero es cambiar esta acepción, este lugar común, porque no se puede evaluar su acción, menos al ser vistos con una perspectiva histórica, como un objeto más de la oferta y la demanda. Cuando Guillermo Bonfil Batalla hablaba de las dimensiones culturales del Tratado de Libre Comercio, decía:

El asunto, sin embargo, tiene una dimensión que trasciende el puramente mercantil. Las industrias culturales no pueden manejarse con los mismos criterios que la industria del calzado o la fabricación y venta de pantaletas. Los productos de las industrias culturales transmiten mensajes (...); estos mensajes corresponden a sistemas precisos de significación, reflejan jerarquías de valores claramente establecidas y surgen de (y proponen) modos de vida y formas de concebir el mundo que expresan una cultura particular, definida, única. Esta capacidad de hacer explícitos mensajes (...) confiere a los productos de la industria cultural una importancia singular en el tipo de relaciones que se dan entre sociedades con culturas diferentes (Bonfil 1992, 167).

Estamos hablando del manejo de una dimensión invisible y silenciosa, pero sumamente fuerte, elástica y poliforme que se convierte en hueso, retina, piel en los individuos: dice algo más de lo que dice.

Tras de su aparentemente tradicional, rutinario e inofensivo trabajo cotidiano, los medios audiovisuales en León fermentan, favorecen, aceleran, complementan o luchan por construir nuevas identidades urbanas y hacen visibles nuevas socialidades.



notas.

(1) *El Heraldo de León*. 11 de diciembre de 1987.



bibliografía.

AGUILAR Camín, Héctor (1993). *Subversiones silenciosas*. México, Ed. Aguilar.

BRUNNER, José Joaquín (1987). "Notas sobre la modernidad y lo posmoderno en la cultura latinoamericana", en *David y Goliat*. FLACSO, Año XVII, No. 52.


BRUNNER, José Joaquín (1989). "Modernidad y transformaciones culturales", en *Diálogos de la Comunicación*. Felafacs, No. 25, octubre.

BONFIL Batalla, Guillermo (1992). "Dimensiones culturales en el Tratado de Libre Comercio", en Guevara, N. y García Canclini, N. (Coords.), *La educación y la cultura ante el Tratado de Libre Comercio*. México, Ed. Nueva Imagen-Fundación Nexos.

DE MARIA y Campos, Mauricio (1992). "Las nuevas industrias culturales y de entretenimiento en el marco de las negociaciones del Tratado de Libre Comercio", en Guevara, N. y García Canclini, N. (Coords.), *La educación y la cultura ante el Tratado de Libre Comercio*. México, Ed. Nueva Imagen-Fundación Nexos.

GARCÍA Canclini, Néstor (1992). "Las industrias culturales", en Guevara, N. y García Canclini, N. (Coords.), *La educación y la cultura ante el Tratado de Libre Comercio*. México, Ed. Nueva Imagen-Fundación Nexos.

GÓMEZ Vargas, Héctor (1993). "La comunicación regional: una mirada pendiente", en *Tiempos*. Archivo Histórico Municipal de León, No. 14



GÓMEZ Vargas, Héctor (1995). "Transformaciones culturales en México y gestación de públicos locales: propuestas para investigar Biografías radiofónicas". Ponencia presentada en el VIII Encuentro Nacional CONEICC, 24 de marzo de 1995, San Luis Potosí.

GONZÁLEZ, Jorge (1987). "Los frentes culturales: culturas, mapas, poderes y luchas por las definiciones legítimas de los sentidos sociales de la vida", en *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*. Universidad de Colima, No. 3

GONZÁLEZ, Jorge (1994). *Más (+) Cultura (s)*. México, CNCA. Colección Pensar la Cultura.

GONZÁLEZ, Jorge (1994^a). "La transformación de las ofertas culturales y sus públicos en México", en *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*. Universidad de Colima, No. 3

GONZÁLEZ, Jorge y Reguillo, Rossana (1992). "México: volver al futuro", en Orozco, Guillermo (Coord.), *La investigación de la comunicación en México: tendencias y perspectivas para los noventa*. México, Universidad Iberoamericana. Cuadernos de Comunicación y Prácticas Sociales, No.3

LABARTHE, Ma de la Cruz y Ortega, Adriana (1994). "El desarrollo urbano en León", en *Andanzas*. Universidad Iberoamericana León, no. 8.

MATA, Ma Cristina (1994). "Públicos, identidad y cultura. Aproximaciones conceptuales", en *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*. Universidad de Colima, No. 16/17.

MURDOCK, Graham (1990). "La investigación crítica y las audiencias activas", en *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*. Universidad de Colima, No. 10.

THOMPSON, John (1993). *Ideología y cultura moderna. Teoría crítica social en la era de la comunicación de masas*. México, Universidad Metropolitana Xochimilco.

WINOCUR, Rosalía (1994). "La ciudad: del lugar al no lugar. Entrevista con Marc Augé", en *La Jornada Semanal*. La Jornada, No. 261, 12 de junio.



Para pensar la comunicación
en las regiones.

La gestación de ofertas culturales y
públicos cinematográficos en León.

*Yo conservaba un recuerdo muy confuso
de la fiesta antes de que hubiera decidido
rescatarla a pedazos de la memoria ajena.*


Gabriel García Márquez,
Crónica de una muerte anunciada.

Para pensar lo ordinario
de la comunicación en las regiones.

¿Cómo se ha estudiado a la comunicación en las regiones de México?

Podríamos decir que los esfuerzos realizados hasta el momento presentan una tendencia como resultado tanto de las circunstancias históricas, políticas y económicas que el país ha vivido en las últimas décadas, así como de los enfoques teóricos con los cuales se ha trabajado en las escuelas y centros de investigación del país. También habría que añadir los enfoques empleados por las disciplinas de las ciencias sociales que ya venían trabajando esta problemática (Bohem de Lameiras 1997; Serrano 1997).

Los primeros esfuerzos por estudiar la comunicación en las regiones se centran en el interés por describir y dar cuenta de la presencia de los




medios masivos de comunicación en algunas localidades mexicanas y su conexión con el ámbito nacional, enfocadas desde el punto de vista analítico del centralismo en momentos cuando existe un interés político por reglamentar el derecho a la información.

A principios de los noventa, los investigadores mexicanos Raúl Fuentes Navarro y Enrique Sánchez Ruiz, después de realizar sendos trabajos de sistematización de lo que se investigaba en México, expresan sobre lo que se sabe de la comunicación en nuestro país. Dicen:

Es mucho lo que sabemos ya sobre la constitución histórica de los medios, especialmente al nivel "nacional" y/o en el "Centro" (en D.F.). Estamos conociendo cada vez más, aunque lentamente, sobre la emergencia y desarrollo de los sistemas de medios en la provincia mexicana. Al saber meramente historiográfico, descriptivo, se ha de añadir el conocimiento generado sobre las mediaciones histórico estructurales, en cuyo proceso de producción se ha hecho uso de la mejor tradición de investigación histórico estructural de corte latinoamericano. En algunos casos, la utilización de un enfoque histórico estructural ha permitido dar cuenta de los procesos internacionales que han interactuado con los procesos y estructuras internas para la constitución de determinados medios (p. ej., la televisión) y sus cambios a través del tiempo (Fuentes Navarro y Sánchez Ruiz 1992, 28).

Fuentes Navarro y Sánchez Ruiz sintetizan los esfuerzos de algunos investigadores para dar cuenta de la presencia y fuerza de los medios masivos de comunicación en el país, donde el enfoque empleado predominante ha sido el enfoque histórico estructural, el cual serviría para mostrar, desde una dimensión tanto política, ideológica como económica, los efectos de la centralización y el poder que emana de ello.



Una variante es el libro de Fátima Fernández Christlieb, *La radio mexicana. Centro y regiones*. En este trabajo, la investigadora retoma las reflexiones de algunos geógrafos franceses, quienes plantean que en la organización de los espacios, cada región tiene funciones que le son propias, creando centros de gravedad y atracción, generando “una red de centros organizadores del espacio y que a su vez dan lugar a conjuntos nuevos, cuya característica no es la uniformidad sino la complementariedad de elementos diversos” (Fernández Ch. 1991;30). La propuesta es abandonar la concepción de un centro único para ver cómo en las distintas regiones se habían configurado distintos centros de atracción y acción en materia de medios de comunicación.

Si bien el libro de Fátima Fernández nos pone en alerta de los peligros de continuar únicamente con la visión centralista, también visualiza que se requiere de una atención más sensible de esa otra historia que no se había tenido en cuenta y, quizás, ni imaginado, y que da sólo una muestra de la complejidad y diversidad de las historias por encarar. De alguna manera, los mismos Fuentes Navarro y Sánchez Ruiz lo expresan al decir sobre lo poco que se había hecho para conocer las articulaciones de los medios masivos con procesos, productos y prácticas simbólicas y culturales más amplias tanto en lo regional, como en lo nacional e internacional. Concluyen:

Es verdaderamente poca la investigación *empírica e histórica* que se ha realizado en este fundamental ámbito de la existencia y operación sociales de los medios (op. cit. 30).

Así, falta otro tipo de acercamientos a lo regional, a lo local, otra mirada de aquellas tensiones que señala Michel De Certeau, cuando la organización social está en permanente configuración y reconfiguración de sus lógicas, saberes, relaciones, actores, lengua, sensibilidad, memoria y vida cotidiana. Ante aquellas visiones que se centran en ver la presencia y el poder de las tecnologías de comunicación en la sociedad, De Certeau



expresará:

El desarrollo de la comunicación pasa primero por la red de usuarios, es decir, por los movimientos sociales; no puede derivarse de la instalación y del endurecimiento de las redes tecnológicas (comerciales o políticas) que distribuyen la información.

Antes que la inercia de un sistema sociocultural, lo que conviene privilegiar es su historicidad. Hay "historia" cuando algunos grupos o algunos de sus miembros aparecen como actores sociales, es decir, como los sujetos de operaciones productivas. Indisociables de una apropiación o de una reapropiación de la información que circula, los procedimientos de la comunicación son prácticas de asimilación y de transformación, relativas a relaciones sociales y a lo que ponen en juego (De Certau 1995, 142).

Las observaciones realizadas por De Certau nos hablan de la pertinencia a un acercamiento de la comunicación en las regiones desde tres perspectivas fundamentales: una perspectiva histórica, un nivel de la acción cotidiana de los sujetos sociales, y un ángulo de análisis cultural. Todo indica que en esta perspectiva, poco se ha trabajado.

Un ejemplo de lo anterior son las investigaciones realizadas por Jorge González al frente del Programa Cultura de la Universidad de Colima cuando señala que los estudios sobre la comunicación se han dedicado a entender a los medios de difusión colectiva, "y casi nada a entender la comunicación", y agrega que "difícilmente se les puede ubicar y analizar sin antes comprender los distintos procesos y prácticas diversificadas y contradictorias de construcción y reconstrucción de sentidos que se verifican en una sociedad como la nuestra: desnivelada social y culturalmente" (González 1986;8). En su investigación sobre el consumo



del video en Comala, dice:

Entender la forma en que nuestra sociedad colimense y comalteca se relaciona con los profesionales de la ficción quiere decir para nosotros, convertir en observable todo un entramado de prácticas y de relaciones que giran alrededor de la constitución de un mercado de bienes culturales y con la formación de un público concreto (con gustos, estilos y preferencias) para la oferta de las mercancías culturales que son los videogramas (González 1994; 287).

Lo elaborado hasta el momento por Jorge González abre rutas para interrogar a nuestras regiones y construir la relación tanto de los medios masivos como de los tipos de comunicación en contextos sociales específicos y observar su integración en las dinámicas culturales que ahí se han dado y se dan. La muestra más reciente de ello es la investigación “La Formación y Transformación de las Ofertas Culturales y sus Públicos en México” (FOCYP). De acuerdo con el protocolo de investigación elaborado por Jorge González para FOCYP, se parte de dos grandes lagunas de información en los estudios sobre la cultura nacional.

La primera tiene que ver con la ausencia de conocimiento sobre la formación y transformación histórica de las ofertas culturales. Estas ofertas acompañan el desarrollo urbano del país y son el efecto de procesos crecientes y necesariamente desiguales de especialización de diferentes instituciones, agentes y prácticas específicamente “culturales”, es decir, ligadas de manera *profesional* a la construcción, preservación y promoción en múltiples soportes materiales de diversos sentidos sociales de la vida y del mundo (González 1994a; 3).

La segunda laguna será la carencia de información sobre la “formación y transformación de los públicos de la cultura” (op. cit., 13).

Para pensar las ofertas culturales y los públicos cinematográficos en León.


Nuestro trabajo de investigación parte, se inspira y retoma en gran parte, la inquietud y los supuestos que sustentan a FOCYP.

Se propone indagar de manera exploratoria la forma como los individuos a la par que desarrollan un proceso personal biográfico, de una biografía individual (BI), también desarrollan una **biografía como públicos culturales (PC)**, en este caso como **públicos cinematográficos (PCI)**.

En otro momento realizamos un trabajo similar sobre la configuración de públicos culturales en su relación con la radio y elaboramos **Biografías Radiofónicas** (Gómez Vargas 1997 y 1998). Ahora, y retomando las mismas perspectivas, nuestro interés se centra en la manera en que unos sujetos sociales, a través de sus biografías se han ido gestando como públicos de la **oferta cultural (OC)**, de la **oferta cinematográfica (OCI)** en la ciudad de León, Guanajuato.

Como primer paso, es necesario ver la manera como la OCI se estableció y evolucionó en un espacio social como la ciudad de León, Guanajuato.

La presencia y actividad del cine dentro de una sociedad como la leonesa, desde sus inicios, ha de ser vista como una práctica, una modalidad de las distintas formas de apropiación, asimilación, transmisión y re elaboración de la vida cultural que históricamente ahí se ha dado, y que a través de un proceso de inserción y de especialización en su forma particular de actuar, la han conformado como una OCI, es decir, la acción de instituciones, con actores, discursos y prácticas culturales que a través de la implantación de sus propias reglas, dispositivos, mecanismos, espacios y competencias harán un trabajo especializado en la "construcción, preservación y promoción de diversos sentidos sociales y el mundo" (González 1994; 12).



Estas OCI remiten a contextos históricos y sociales más amplios, ya que se insertan dentro del accionar de un **campo cultural**. Es decir, cuando aparece el cine en León, hay un proceso de inserción en un espacio social que históricamente ya se venía configurando y por donde circulaban, con procesos desiguales de especialización, formas simbólicas. En ese espacio social, la OCI irá encontrando un lugar particular y un saber comunicativo propio, una competencia particular, con lo cual se conecta y se relaciona con otras OC y con los sujetos sociales que, al ir adquiriendo una nueva **experiencia cultural**, se irán conformando como PCI.

De esta manera, cuando llega el cine a León lo hace dentro de un contexto social e históricamente configurado por la acción y las relaciones entre diversas instituciones y actores sociales. Dentro del campo cultural leonés, se ubica la presencia, con desniveles y grados de diferenciación varios, de algunos subcampos que actúan a través de algunas instituciones, algunas ubicadas como **espacios sociales urbanos**, y desde donde se promueven, difunden y se asimilan tanto prácticas sociales como representaciones simbólicas.

Transformaciones de la oferta cultural cinematográfica en León.

Breves notas para su encuadre.


A lo largo de los años, no ha habido una sola manera de asistir y de ver cine. La forma como se han establecido y han operado los cines se debió a una serie de transformaciones en la producción, distribución y consumo que ha impuesto en diferentes momentos la industria cinematográfica tanto a nivel mundial como nacional, pero también a otras que ha sufrido la ciudad y su población. Las anteriores observaciones sobre el trabajo del cine durante décadas en la ciudad,

están en función de la forma como se configuró la oferta cinematográfica. Es decir, ello fue posible porque se establece N cantidad y tipo de cines, así como se da determinado tipo de relaciones entre ellos y con diferentes públicos.

A la distancia nos parece que la ciudad ha tenido pocos cines. Si lo pudiéramos ver en un contexto mayor, comparándolo con otras ciudades de la región, seguramente nos sorprenderíamos de que desde sus comienzos ha sido de las ciudades con más salas.

El equipamiento de la ciudad ha sido un sistema en permanente organización-reorganización. Si nos remitimos a lo anunciado, de manera arbitraria, a través de los directorios telefónicos de diferentes años, con los riesgos de las infaltables omisiones, podemos observar el siguiente panorama:


1925	1932	1948	1951	1968	1972	1979
Doblado	Doblado	Doblado	Vera	Vera	Vera	Vera
Vera	Vera	Vera	Coliseo	Coliseo	Coliseo	Coliseo
Padilla	Ideal	Ideal	Isabel	Isabel	Estrella	Estrella
Obrero		Hernán	Hernán	Hernán	Hernán	Hernán
Plaza de Gallos		Isabel		Américas	Américas	Américas
		Cinelandia		Reforma	Reforma	Reforma
				León	Buñuel	Buñuel
					León	Insurgentes
						Independencia
						Madrid
						León



Una vez que termina la etapa itinerante del cine, cuando se establece en locales fijos, se convierte en un fenómeno eminentemente urbano y se integra a las rutinas cotidianas de los leoneses. La mayoría de los cines se establecen en la zona centro de la ciudad y sólo hasta cuando aparece el Cinema Estrella a finales de los sesenta, y más tarde el Cine Insurgentes, es cuando se buscan otros espacios de acuerdo con las dinámicas urbanas que se irán desarrollando.

A lo largo del tiempo cambian los tipos de locales cinematográficos. De los pequeños teatro-cines de los años veinte, treinta y cuarenta, poco a poco aparecen los cines monumentales, enormes, donde toda la ciudad, después de hacer pacientemente grandes filas para entrar, cabía. Cines que aparecieron como el Hernán en 1938; el León, en 1958; el Américas y Reforma en 1960, así lo sugieren. Quizá la excepción fue el Coliseo que apareció en 1946 empleando la infraestructura (gradas y distribución del espacio) de una antigua plaza de toros. Pero donde lo podemos ver mejor es en el Cinema Estrella; ya su nombre lo dice todo.

A lo largo de las décadas, León ha mantenido constante una infraestructura para ver cine, y ha resentido algunas fluctuaciones y reorganizaciones, aunque podemos ver que permanece constante y en lento crecimiento hasta finales de los sesenta. Además, no es sólo la cantidad, es también la forma como se organiza y se relacionan los cines al establecer un perfil, una orientación, un tipo de espectáculo, una distribución y costo de sus espacios. Se encuentra, como en toda diversión pública que adopta todo grupo social, la manera como se reproduce, se refleja y se sustenta la estructura social vigente de la ciudad de esos tiempos: los cines caros y baratos; los del pueblo y los de la gente decente, los que tienen galería o luneta o plateas, los cines de estreno y los de refritos; a los que se va a “echar relajo” y a los que se va a “disfrutar” y a “comportarse como gente”; todo ello en medio de dimensiones espaciales, texturas, decoraciones, servicios, sonidos y silencios, olores y percepciones varias que a unos escandaliza y a otros



los hace sentir como peces en el agua, ya que además de que son factores de los procesos de socialización de los sentidos, son los márgenes, exteriores (sobre todo a través de los discursos moralistas, publicitarios, comerciales) e interiores (luces, sombras; soledad, compañía; relajo, seriedad, decencia, indecencia) con que, además de ver cine, les permitía a grupos varios de la población hacer otras cosas, quizá las mismas, pero de diferente manera: “echar reja”, ir para chismear, escarceos eróticos, pasar el rato, momentos familiares, buscar pareja, etcétera.

A partir de la década de los sesenta, y principalmente en los ochenta, la ciudad de León ha tenido una transformación radical: ha crecido, se ha diversificado y ha entrado en un proceso sumamente complejo que se ve reflejado en la dinámica de su industria, su comercio, su política, pero sobre todo en la vida social, la acción cotidiana de su población. El cine en la ciudad, no es ajeno a estos múltiples procesos.

En otro lugar dimos la referencia, a manera de ejemplo, que en el mes de junio de 1961 se proyectan 464 funciones de 313 diferentes películas, por lo cual en promedio cada una se proyecta 1.5 veces, 132 películas son mexicanas y 178 extranjeras de diferentes países (norteamericanas, italianas, argentinas, españolas, francesas) en el mismo mes, pero de 1991, se exhiben 730 películas, de las cuales 114 son diferentes y cada una se exhibe en un promedio de 5 veces, de las cuales 25 son mexicanas y 89 son extranjeras, específicamente norteamericanas (Gómez Vargas 1993). El sistema de exhibición que se ofrece al público en 1961 es el proyectar tres películas en dos funciones diarias, mientras que en 1991 se proyecta únicamente una película en cuatro o cinco funciones diarias. En 1961, cada cine se esfuerza por presentar una cartelera diferente de los otros cines; en 1991, la misma película se proyecta en varias salas simultáneamente. Las salas en 1961 y en 1991 son:



1961

León
Vera
Coliseo
Isabel
Américas
Reforma


1991

Multicinemas de León, sala 1, 2 y 3
Gemelos Hidalgo, sala 1 y 2
Américas
Reforma
Insurgentes
Estrella
Galerías
Plaza
Madrid
Colonial
Buñuel

Durante la década de los ochenta, aparecen otras salas de cine. Las más "estables" son:


Colonial
Gemelos 1, 2 y 3
Gemelos Hidalgo 1 y 2
Galerías

Esta década de crisis pone fin a otra etapa de cierto tipo de OCI, crisis que se refleja por la competencia del video y las transformaciones que acarrea el desarrollo de otras tecnologías del entretenimiento. Recién entrados los ochenta desaparecen cines como el Coliseo y el Vera, y al finalizar esta década desaparece el cine León y las salas de los cines Independencia. Es una etapa donde se habla de la decadencia y el posible fin del cine como espectáculo: en 1992 cierran temporalmente el Cinema Estrella, el Américas y Reforma para hacerlo de manera definitiva en 1995, mientras que el cine Colonial cierra sus puertas desde el 92; en 1993 le tocó el turno al Insurgentes.



Estos movimientos son el fin de algo que estaba sucediendo: el reacomodo de la industria cinematográfica y la transformación de otra forma de hacerse presente en la ciudad de la OCI que está apenas por aparecer. La transformación de las salas de cine más recientes se ha debido a tres factores. Primero, la incosteable y obsoleta forma de trabajar de las salas de cine anteriores, con un pésimo mantenimiento que lentamente va dejando a los locales en un deterioro terrible y ahuyentando al público, y un sistema de exhibición lento y poco atractivo. Segundo, la aparición de nuevas dinámicas, actores y sensibilidades urbanas a las que no responden los anteriores sistemas de comercialización de las OCI. Tercero, la aparición de otros medios por donde la gente puede acceder a los productos de la industria cinematográfica, y más cercanos a la diversidad y complejidad social de los leoneses de los noventa.

Si ya se habían establecido pocos video-clubes a principios de los ochenta, es en 1985 cuando el panorama comienza a cambiar drásticamente: comienzan a llegar los primeros Videocentros, y los centros de renta de video comienzan a establecerse y a consolidarse entre la población, además, es cada vez más fácil para las familias adquirir una videocasetera. Todavía se considera a mediados de los ochenta a las salas cinematográficas como la mejor forma de ver cine. Para 1990 la asistencia baja entre un 25 y un 30%, y con la tendencia a ser mayor el porcentaje. En 1991, el sindicato de Trabajadores de la Industria Cinematográfica calcula 150 video-clubes en la ciudad y la Asociación de Videoclubes de León, calcula 200. En 1992 se establecen los primeros macro videos: Macro Videocentro, Multivideo y Blockbuster, que además de ofrecer otros servicios como renta de video juegos, CD interactivos, dulcería, venta de videos, renta de videocassetas, en 1995 anuncia que cuenta con un catálogo de 10,000 películas: todo un universo audiovisual al alcance de la mano.




Además del costo, la ventaja de ver la película en la comodidad del hogar y cuantas veces y como se quiera. Factor importante de los videoclubes es que se han instalado en áreas estratégicas de la ciudad. En la actualidad, por ejemplo, existen tres Blockbuster, y dieciséis Videocentros por toda la ciudad.

Otro punto importante es la televisión por cable que se instala en la ciudad. En 1974 aparece TV Cable de León, y pronto es la principal surtidora de ofertas culturales simbólicas que proponen estilos y formas de vida. Pero es hasta finales de la década de los ochenta cuando comienza a crecer su oferta programática al ofrecer canales, nacionales, extranjeros y regionales, donde se proyectan continuamente películas. Algunos de estos canales son: CMC (Cine Mexicano por Cable), TNT, Canal 11, Cinema Golden Choice, Fox, HBO Olé, Cinemax, TVC, Teatro Alameda, Cine Función Permanente, Cinema Platino, Cinema Golden, Cine Canal I y II, etcétera.

Además, a principios de 1995 la compañía Multivisión comienza a operar con un proyecto de transmisión de 14 canales comerciales y 7 no comerciales, con la tendencia a crecer y mejorar la oferta programática. Entre los canales que transmite Multivisión tenemos: Netpack, Gems, Fox, TNT, USA, Zaz, As, Tele Uno. En 1996 llega Direc TV y el sistema Sky, de la empresa Televisa.

A mediados de los noventa, la Organización Ramírez habla de incremento de ingresos y de no tenerle miedo al video: marcan la pauta de un cierto tipo de cine con cara al futuro, no ajeno a riesgos. El cine como tal, soportado en la estrategia e infraestructura de la industria cultural que se emana desde los centros de poder del extranjero, y apoyados en los recursos, tanto en la producción, distribución y consumo de las nuevas tecnologías (Getino 1989), se revelan no sólo como un buen negocio, sino como una de las principales surtidoras de ideologías, imaginarios y sensibilidades de nuestra época (Schiller 1993). Por ejemplo, después



de nueve funciones, el estreno de Jurassic Park había dejado una ganancia de \$38,000.00 y al mes había roto el récord de asistencia en la ciudad con 160 mil espectadores.

Es a mediados de esta década cuando comienza la reorganización de la OCI como respuesta. El cine Galerías se transforma en 1993 en cuatro salas (Alfa, Beta, Delta, Gama) con instalación de sonido dolby estéreo; los cines Gemelos, propiedad de la Organización Ramírez, se amplían a tres salas y cambiaron de nombre por el de Multicinemas Gemelos; en noviembre de 1994, la Organización Ramírez remodela los Gemelos Hidalgo, les cambia el nombre por el de Multicinemas Hidalgo y se amplían a cuatro salas, mientras, simultáneamente, abren siete salas llamadas Multicinemas La Gran Plaza en el centro comercial con el mismo nombre; el cine Buñuel se transformó en 1995 en XXX Video Fantasía y en ese mismo año apareció Cinemas León, con dos pantallas gigantes, sonido estéreo y de alta fidelidad, donde el precio incluía una bolsa de palomitas para poder ver películas XXX.

En la actualidad la muerte del cine está en duda y es más bien el video el que tiene que reorganizarse para sobrevivir. Esto por el cambio en la OCI que se da desde 1996, que de tener la ciudad dieciséis salas, pasa en dos años a la cantidad de cincuenta y cuatro.

Entre 1996 y 1997, cuando se cumplen los cien años desde la primera exhibición en la ciudad, hay una explosión nunca vista de la OCI en León: aparece Hollywood Cinemas con seis salas; los Multicinemas Gemelos se transformó en Cinépolis y actualmente cuenta con siete salas; la empresa United Artist inaugura en el principal centro comercial de la ciudad, Plaza Mayor, doce salas y en 1998 se transformó en General Cinemas; en el antiguo edificio del Cinema Estrella, se abre Cinemas Estrellas con seis salas y donde se encontraba el Cine Coliseo, seis salas del Cinemas Coliseo.


De esta manera, en dos años el crecimiento de las salas de cine en la ciudad alcanzó una cifra nunca vista, pues prácticamente representó un crecimiento de un 200%. La relación de salas en la actualidad es la siguiente:

Empresa	Cine	Salas
General Cinema	General Cinema	12
Organización Ramírez	Cinépolis	7
	Multicinemas La Gran Plaza	7
	Multicinemas Plaza Hidalgo	4
Circuito Estrellas de Oro	Estrella Cinemas	6
	Hollywood Cinemas	6
Grupo Libertas Cineemas	Cinemas Plaza Coliseo	6
	Cinemas Plaza Galerías	4
	Cinemas León	1
	XXXVideo Fantasía	1
	Total	54

Otra manera de conocer el crecimiento de la OCI en León es con los datos proporcionados por las empresas más grandes establecidas en la ciudad. En 1997 la Organización Ramírez sumaba un total de 4,400 butacas y General Cinemas, 1,600. Por otro lado, la asistencia al cine de acuerdo con las cifras del mes de junio de 1998 que presentan ambos complejos cinematográficos, son:

Cine	Entradas	Fecha
General Cinemas	18, 312	del 1 al 7
	16, 761	del 8 al 14
	15, 600	del 15 al 21
	19, 765	del 22 al 28
	26, 024	del 29 al 5 de julio
Cinépolis	4, 544	del 1 al 7
	4, 580	del 8 al 14
	4, 810	del 15 al 21
	4, 871	del 22 al 28
	5, 986	del 29 al 5 de julio

Con esto, varias cosas cambian. Primero, los cines, aunque aparecen y se mantienen en la zona centro, comienzan a instalarse en zonas diversas y estratégicas, y, recientemente, integradas a un centro comercial, con lo cual se ofrece no sólo una variada oferta de exhibiciones, sino de prácticas de entretenimiento y el consumo, gracias a ello, se integra y se conecta con una diversidad expansiva de posibilidades, dinámicas y lógicas. Segundo, los cines, nuevamente, se reducen y ofrecen servicios que los hacen atractivos: salas pequeñas, limpias, agradables, con sonido estéreo, butacas cómodas y amplias, con un snack cafetería. Es decir, otras maneras de ser, estar y de hacer, adentro y afuera de las salas, de sentirse y sentir. Tercero, se proyectan sólo películas de estreno y de "jale", nacionales o extranjeras, aunque predominan las norteamericanas, en varias funciones al día (la programación de tandas de películas pasó a mejor vida) durante N días (hasta que amaine el público en las salas) y se proyectan en



varios cines simultáneamente. Cuatro, algunos cines, como estrategia, se especializan en películas pornográficas, aunque varios años atrás el Buñuel y el Madrid ya habían hecho lo propio.

Enormes universos audiovisuales, paralelos, simultáneos, trabajando y cruzando rutinas, ofertas, posibilidades y expectativas para los leoneses.

Oferta cultural cinematográfica en León. Espacio social, memoria histórica, públicos culturales.

El pasado reciente del cine nos permite ver cómo se ha entrado a la "modernidad" y cómo ha cambiado la ciudad a lo largo de los años, pero también los surcos de la vida de esos tiempos que se quedan en la memoria.

Por un lado, la OCI se integra a la ciudad como un espacio social urbano que facilita una interacción cuasi mediada (Thompson 1994) en su interior al convertirse en un espacio para ser y hacer algo, y también en su exterior al impactar nuevas dimensiones de lo público y lo privado, las identidades y pertenencias sociales. Siguiendo a Gilberto Giménez (Giménez s/f) en sus reflexiones sobre la relación del territorio con la cultura, hacemos las siguientes observaciones a trabajar:

- La aparición de la OCI en el espacio social de la ciudad de León, se da en un espacio ya apropiado y valorizado, tanto simbólica como instrumentalmente, por los grupos sociales que ahí han vivido. Es decir, en ese espacio circulaban con anterioridad formas simbólicas que son sus antecedentes, y que para ellos tienen un valor de uso, y el cambio posible de su accionar.

- La OCl se va conformando como uno de los elementos básicos del “medio geográfico actual” (González 1995; 142), por lo que se le puede ubicar, también, como parte activa de la región sociocultural, es decir, la expresión espacial de un proceso histórico, donde se vive el pasado por una colectividad organizada a través de las relaciones sociales que se han ido estableciendo (Giménez 1994; 166). La región socio cultural como el “ropaje” simbólico que se ha ido construyendo con el transcurrir del tiempo por una comunidad a través de representaciones que les permite actuar, verse y relacionarse como comunidad (González 1991).
- La OCl actúa, entre otras maneras, como una forma de ser y hacer de la región percibida-vivida y que se desarrolla y actúa a partir “de la memoria histórica de sus habitantes” (Giménez s/f; 12).
- La OCl, desde este punto de vista, es, por un lado, un **territorio tatuado por la historia**, un soporte de la memoria colectiva y espacio de inscripción del pasado del grupo, y por otro lado, un geosímbolo, cargado de afectos y significados que se convierte en un espacio santuario, espacio de comunión de un grupo social con un conjunto de signos y valores (Giménez Op. Cit.).
- La OCl en León se convierte, en un contexto de interacción desde donde se dan las condiciones para preservar/transformar identidades individuales y colectivas.

Por otro lado, se integra a la temporalidad de la organización de las actividades cotidianas al ser una práctica en relación a otras. Nuevamente seguimos a Gilberto Giménez (op. cit.) en algunos puntos básicos:

- La aparición y presencia de la OCl en León habla de lo que progresivamente se va presentando con la aparición de otras OC: una nueva de vivir, percibir y apropiarse de los nichos



territoriales, tanto los más próximos, como los más vastos.

- La OCI se incorpora a la forma de sedimentar identidades tanto **histórico-patrimonial**, es decir, las relaciones importantes para la comunidad con un patrimonio sociocultural, como las vividas, es decir, los modos de vivir la **cotidianeidad**.
- La OCI es una instancia desde donde se da la permanente tensión de las identidades individuales y colectivas: lo que perdura en el tiempo y lo que se transforma con los cambios culturales y sociales.

De esta manera, la presencia y el desarrollo de la OCI afecta los modos individuales y sociales de experimentar su contorno, su mundo, y las maneras para relatárselo (Thompson 1994).

Públicos cinematográficos de León. Trayectorias de vida, experiencias culturales.

Hay ciertos momentos en el cine que poseen una transparencia tan inesperada, una cualidad concreta tan abrumadora, que uno se queda sin aliento, se remueve en la butaca o se muerde un puño. Robert Mitchum sale al campo a caballo y, por un corto instante, antes del cambio de plano, se pierde en la lejanía; el paisaje, de golpe deshabitado, se entreabre como la crisálida de la que sale la mariposa. La sombra de una nube atraviesa el campo diagonal...(...) De súbito ya no hay nada que describir, algo se ha hecho muy evidente y ha brotado de la imagen, se ha transformado en un sentimiento, un recuerdo, una emoción que nada tienen que ver con las palabras

y los planos siguientes. Por un instante, el film ha sido un olor, un sabor en la boca, una sensación picante en las manos, un golpe de viento contra una camisa mojada de sudor, un libro de infancia que uno no ha vuelto a ver desde la edad de cinco años, un parpadeo de los ojos...


Wim Wenders.

La presencia de un conjunto de OC en un contexto socio-histórico específico va conformando un **mercado cultural** (Bourdieu 1985; 56) por donde circulan las formas simbólicas. El modo en que las OC crean una organización compleja dentro de un espacio social facilitan, delimitan y posibilitan las formas como se da la relación con los PC, y, por tanto, las posibles apropiaciones y usos que les puedan dar.

Entonces, habría que ver los elementos que delimitan y posibilitan la relación de esas OC con sus PC y ver “las disposiciones que los hacen capaces de evaluar, apreciar y valorar los discursos de una **oferta cultural** específica en un momento histórico dado” (González 1994a; 14), que será cuando se conviertan en un PC. Este proceso de conformación de PC es apreciado “en el seguimiento y la observación detallada de procesos de larga duración” (Idem)

Cuando queremos explorar la manera como se han conformado PCI en la ciudad de León, habría que considerar varios factores que nos parecen pertinentes para que nos ayuden y orienten en la exploración.

Así como las OCI son trayectorias que devienen de un proceso histórico, los PCI son trayectorias de vida, trayectorias de “experiencias culturales” de las maneras particulares de producir, circular y recibir las formas simbólicas. Es decir, a la manera de **migrantes culturales** (Chambers 1995) de su propio espacio, los PCI tienen que rehacerse a lo largo del tiempo.




Reconocer al PCI desde una perspectiva de su trayectoria histórica es ver emerger mundos sociales múltiples, paralelos, diversos, coexistiendo simultáneamente e interactuando, acompañándose en sus trayectorias a veces conjuntamente, a veces de manera paralela. Pensemos en dos imágenes:

1. Los PCI se hacen y se rehacen por su pertenencia a mundos sociales específicos, a grupos sociales y campos de interacción por donde transitan durante su biografía. Son trayectorias sociales, familiares y biográficas.
2. Los PCI se hacen y rehacen a partir del momento que inician su experiencia cultural. Ello los dirige y pone en relación con otros grupos de pertenencia, de interacción y otras trayectorias. Son trayectorias generacionales y también trayectorias de las identidades culturales.

Públicos cinematográficos y su experiencia cinematográfica en León. Un breve ejercicio.

He tenido que repetir esto muchas veces, pues los cuatro habíamos crecido juntos en la escuela y luego en la misma pandilla de vacaciones, y nadie podía creer que tuviéramos un secreto sin compartir, y menos un secreto tan grande.

Gabriel García Márquez,
Crónica de una muerte anunciada.



Uno de los productos de la investigación FOCYP es la propuesta que presentó la cineasta mexicana Busi Cortés a la Universidad de Colima y a TV UNAM, para realizar una serie de videos sobre lo que es la vivencia de la llegada del cine en distintas ciudades del país. La serie se tituló **Pasando el siglo con el cine** y la Universidad Iberoamericana León llevó a cabo la producción en la ciudad de León, Guanajuato.

Para participar en la producción de **Pasando el siglo con el cine**, se efectuó una investigación que sirvió como base para generar la información que se requería para su realización y, también, que sirviera como un primer acercamiento de exploración con el fin de generar pautas y orientaciones para una posterior investigación.


Siguiendo la propuesta del proyecto de producción del video, la investigación tenía como objetivo conocer la experiencia de lo que ha significado cien años del cine en León, pero desde la óptica de los diferentes actores que de una u de otra manera tuvieron alguna participación, «esa otra mirada, cómplice y disfrutadora de sueños, recuerdos e historia».

El proyecto general proponía encontrar tres tipos de informantes para aplicar entrevistas focalizadas:

- a. Público aficionado al cine.
- b. Empleados que hubieran realizado distintas funciones: proyccionistas, boleteras, etcétera.
- c. Dueños o gerentes de las salas cinematográficas.

También se proponía que en las entrevistas se aborden tres temas.

- a. Historia del cine local.
- b. La pasión por el cine.
- c. Decadencia o perspectivas del cine.



Por nuestra parte, seguimos dos criterios metodológicos para seleccionar y acercarnos a los informantes.


Por un lado, se segmentó la historia del cine local de acuerdo con el desarrollo histórico de las salas de cine en León, en el cual se distinguieron siete etapas que probablemente representan diferentes tipos de experiencia: espacios sociales de interacción y apropiación, geosímbolos varios, estrategias de distribución de OCI, OCI disponible (géneros, gramáticas, origen, etcétera). Las etapas indicadas fueron:

- a. Etapa del cine itinerante y semifijo. 1897-1910.
- b. Etapa de primeras salas establecidas en la ciudad. 1910-1920.
- c. Etapa de las salas cinematográficas y teatros. 1920-1940.
- d. Etapa de los cines monumentales. 1950-1970.
- e. Etapa de la descentralización urbana de las salas. 1970-1980.
- f. Etapa de la crisis y decadencia de salas monumentales. 1980-1990.
- g. Etapa de complejos cinematográficos. 1990

Por el otro lado, se diseñó una división para los posibles informantes por rangos de edades, con el fin de abarcar lo más posible la experiencia cinematográfica local a través de su memoria. Se buscaron personas que hubieran nacido en determinados años y se relacionó la etapa del cine en León que pudieran recordar, calculando que sus recuerdos sobre el cine fueran más claros y conscientes sólo a partir que tuvieran una edad de diez años de edad. Así, seleccionamos hombres y mujeres que se incluyeran en los siguientes rangos de edad:

- a. Más de 80 a 60 años
- b. Entre 50 y 35 años
- c. Entre 35 a 20 años

Se logró cubrir una muestra de cuarenta y dos informantes de todos los tipos de actores, de todos los rangos de edad y con quienes se pudo



cubrir desde la segunda etapa de las salas de cine, con lo cual se generó una amplia información donde, por un lado, fue posible tener un primer acercamiento con la experiencia cultural de PCI de León y, a través de su memoria, una serie de constantes que a todos atravesaban sin importar el paso del tiempo. Con esta información, se realizó el video titulado: "Cuando el mundo era una butaca...y el cine llegaba a León".


En un enorme esfuerzo por sintetizar los resultados de la exploración, hacemos tres señalamientos:

1. Cine y memoria son dos causas por los cuales cada sujeto puede recuperar su biografía. Ambos son medios por los que se vive y experimenta la temporalidad, pues son un punto de referencia para evaluar, apreciar y actuar.

Al ser un espacio social que promueve contextos de interacción y comunicación social, tanto en su interior como en contexto general de la vida cotidiana, la OCI es una instancia que pone en acción y fermenta elementos de diferenciación de identidades tanto individuales como colectivas de acuerdo con dos de los tres elementos que señala Gilberto Giménez (Giménez 1997):

-La pertenencia social. La inclusión de los individuos en una pluralidad de colectivos, requiere de un proceso biográfico de apropiación e interiorización del complejo simbólico y cultural con el cual se comparte lo central de las representaciones sociales colectivas.

-La narrativa biográfica. La identidad biográfica que cada sujeto social se va autonarrando para su reconocimiento dentro de una colectividad y el sentido que le va dando a sus representaciones sociales, a través de las cuales les irá dando coherencia, orientación e intencionalidad a su propia trayectoria biográfica (Bourdieu 1997; 74).




Así, el cine como OCI es un instrumento por el cual la vida de quien recuerda cobra espesor y se materializa, y más que algo en desuso, permanece vivo en el presente (De Certau 1995a), en condiciones de hablar de la gente y de la experiencia cultural de su época.

Los informantes, al narrar sus recuerdos, recuperan la etapa donde se forjó su experiencia cinematográfica, por lo general en su infancia o adolescencia y desde ahí forjaban el núcleo de lo que para ellos ha sido y es el cine. El desarrollo posterior del cine lo viven y evalúan desde la plataforma de su experiencia inicial. Esto es similar a lo que expresa Alejandro Piscitelli cuando habla de la evolución de las innovaciones que, como sociedad, forjaron nuestras percepciones de la realidad. Dice Piscitelli:

Nos movemos simultáneamente hacia el pasado y el futuro. Se trata de una progresión orgánica, semejante al crecimiento de un árbol. Un árbol no crece de abajo hacia arriba, haciéndose más alto. Se expande desde el centro, concéntricamente. Cortemos una sección y encontraremos círculos concéntricos (Piscitelli 1995).


El gusto por el cine y cierto tipo de cine está en función del tipo de experiencia que tiene como público cultural. También lo que representa para él el ir al cine. Por ejemplo, un informante que vivió su infancia en el único barrio que contaba con un cine y a partir de los treinta hasta finales de los cincuenta fue la principal sala cinematográfica de la ciudad, el cine Isabel, afirmó respecto al futuro del cine, que él ya no iba al cine, que sólo veía por televisión las películas que proyectaban en el cine Isabel, porque según él, el cine era el del cine Isabel y, desde que decayó y fue cerrado, el cine dejó de existir prácticamente.



2. **La experiencia cinematográfica también es concéntrica entre los diversos grupos generacionales.** A través de sus memorias, podemos ver los imaginarios que los conforman y atraviesan, que comparten sin saberlo y que fue y es una arena común por la cual se movieron e identificaron en su momento, los distingue del resto de las experiencias generacionales. Tal pareciera que el cine se configura al trabajar en una cultura particular, en un **megaordenador cultural** desde donde las gentes se relacionan con la experiencia cinematográfica y su entorno, a la manera de la **biblioteca de Borges** donde hay una **Idea** que pone los escenarios, los actores, los objetos y las ficciones desde donde los personajes, los lectores, los públicos culturales la asimilan (Eco 1988, 183).

Las personas que viven en la etapa que va de los treinta a los cincuenta, expresan de manera paralela, una serie de recuerdos. Citemos algunos.

- a. La mayoría, al hablar de su experiencia, menciona las mismas salas (Isabel, León) y deja de lado otras, como si en esos espacios se hubiera dado la mayor carga energética cinematográfica.
- b. Los informantes recuerdan los mismos acontecimientos que sucedían en las salas: los días que se volaron los techos, las bombas de humo, la tradición familiar de pasarse todo el día en las salas y la tradición de llevar comida para hacer un pic nic entre las gradas o las butacas.
- c. La identificación con los mismos actores: María Félix, Pedro Infante, Cantinflas, Libertad Lamarque, etc.
- d. Tendencia a recordar las mismas películas, por ejemplo: King Kong, Lo que el viento se llevó, Cantando bajo la lluvia, El manto sagrado, Ben Hur, Los diez mandamientos.
- e. El aprendizaje del uso y clasificación de las distintas ofertas cinematográficas: las salas que ellos calificaban como “piojosas”, las de lujo, las salas de cine fuerte, las de entretenimiento infantil; además, las películas norteamericanas como aquellas que




entretienen, las mexicanas para ir con la familia, las italianas o las “rojas” francesas como las fuertes por su carga erótica.

3. La experiencia cinematográfica se integra y se articula a una experiencia cultural, social e histórica más amplia y de larga duración. En agosto de 1996, se realizó el taller para la producción del video de la ciudad de León. Después de que todos los investigadores expusieron la información que habían obtenido en sus entrevistas, Busi Cortés sintetiza el **metatema** de la experiencia cinematográfica local a lo largo del siglo, la **mirada cultural local: una experiencia moral.**

Busi se asomó y pudo ver esa dimensión moral que los leoneses no ven a través de las anécdotas que **todos** los informantes relataron. Teniendo como apuesta que la anécdota no es algo ocasional, secundario y poco importante, sino es una rendija por donde se puede llegar a conocer una dimensión cultural más amplia y ver la experiencia moral de los leoneses al ir y al ver cine. Mencionemos algunos tipos de anécdotas:

a. Algunas de las películas más recordadas son de tinte eminentemente moral/religioso. Cuando a una informante que trabajó aproximadamente treinta años como boletería en diversos cines en diferentes épocas, se le preguntó sobre alguno de los momentos más importantes de su experiencia, expresó, sin dudarle, un día, a mediados de los setenta, cuando en una semana de proyección de películas famosas y ya «viejitas», se proyectó *Los diez mandamientos*, película a la que asistió tanta gente, que todas las funciones estuvieron repletas y hubo de programar una quinta función, que terminó también con lleno total, a las tres de la madrugada.

b. Varias mujeres narraron lo que implicaba ir al cine, como: pedir permiso a los padres, quienes después de revisar la clasificación




o aprobación de la iglesia, concedían o no permiso; también, el hecho de haber sido objeto de un sinfín de agresiones de los “metemanos” que en la primera oportunidad, se recargaban, abrazaban o tocaban a las damas leonesas. Un caso es el de la mujer que hubo de equiparse con un alfiler para evitar ser agraviada.

c. La reacción de ciertos grupos de la sociedad tradicional leonesa que hacían hasta lo imposible para impedir que fueran exhibidas películas atrevidas y consideradas como una afrenta moral. En distintos momentos y salas, arrojaron bombas de humo para que el público se saliera y no viera películas como: El bebé de Rosmary, Las pirañas aman en cuaresma, Naná, Lucrecia Borgia, etc...; o las pintas y plantones que organizaban para persuadir o, impedir el acceso; o la convicción de que en Semana Santa no asistieran al cine, a menos de que fueran a ver alguna película sobre la pasión de Cristo.

d. La intención de varios sujetos que, por su condición social, no podían ingresar a ver películas **fuertes** o **rojas**, como las francesas. Tenemos el caso de los curas, quienes para identificar a los asistentes, se disfrazaban para que según ellos nadie los reconociera, aunque adentro, ocurría lo contrario; las estudiantes preparatorias que asistían a ver películas y creían pasar inadvertidas porque se tapaban el rostro con el suéter de la escuela, pero el uniforme seguía ahí, como un enorme faro de atención que al llegar a sus casas, tenían que explicar a sus padres en donde habían estado, porque éstos ya estaban enterados.

e. La peculiar relación del público con el cácaro, que fue gestando un listado largo y amplio de gritos y llamadas de atención. Como aquel que decía: «¡Cácaro, ya deja a la güera!», y se referían a una



mujer, rubia, claro, que en el interior del cine vendía semillas y era muy conocida por todos, más cuando se dedicó a la vida galante.


Observaciones y asignaturas pendientes. La experiencia cultural y los mundos simbólicos.

La conformación de PCI, desde nuestro propio planteamiento, nos conduce a preguntarnos sobre dos puntos básicos: las formas como se realiza la experiencia en su relación con las OCI, lo cual nos lleva a recuperar el proceso histórico de conformación de una práctica cultural y la manera como los PCI se han ido apropiando de la vivencia cultural.

Sobre las formas como los PCI han vivido su relación con las OCI, creemos que es útil y sumamente fértil retomar algunos elementos de la **historia cultural**, específicamente varios de los procedimientos del trabajo de Roger Chartier, quien ha estudiado la historia del libro, la lectura y los lectores en Francia.

Chartier expone que el objeto de la historia cultural es “el proceso a través del cual los lectores, espectadores u oyentes dan sentido a los textos de que se apropian” (Chartier 1997; 21), y la historia de los textos es “una historia de las diferentes modalidades de su apropiación” (op. cit., p.24). De sus propuestas, rescatamos los siguientes puntos:

- Las formas de los textos participan en la construcción del sentido de lo que ofrecen. “El mismo texto, fijado en la escritura, no es el *mismo* si cambian los dispositivos de su inscripción o de su comunicación” (op. cit., p.22).
- El estudio de los dispositivos formales muestran las diversas relaciones que se dan, socialmente condicionadas y determinadas,



con diferentes públicos, aun con la misma "obra". "Un mismo texto, por lo tanto, pero con tres modalidades en su representación, tres relaciones diferentes con la obra, tres públicos" (op. cit., p.23).


- La historia de los textos tiene en consideración, el "mundo de los textos", en los términos como le llama Paul Ricour, aquel mundo de "objetos y de **performances** cuyos dispositivos y sus reglas permiten y limitan la producción del sentido" (op. cit., p. 24).

-Pero no sólo se ha de considerar la historia del proceso de la **materialidad** de los textos, también la de la **corporalidad** de los lectores, es decir, "el mundo del lector", que requiere de un conjunto de competencias, capacidades, normas, usos, representaciones y todo el complejo socio-cultural de las **comunidades de interpretación** a las cuales pertenece.

Chartier expondrá, entonces, que la historia cultural requiere de "historiar los criterios de clasificación, las maneras de leer, las maneras de la destinación y de los destinatarios de las obras tal y como nos fueron legadas por la institución literaria" (op. cit., p.28).

Por otro lado, para abordar la manera como los PCI se han apropiado de la experiencia cultural que les han brindado las OCI, es pertinente acercarnos a la dimensión simbólica de la cultura, a la forma de interiorización de las estructuras sociales objetivas. De ello, Jorge González ha expresado:

Por diversas investigaciones, sabemos que la formación de cualquier público requiere del dominio de los esquemas de clasificación que permiten reconocer, recolocar y nombrar los objetos y los discursos, es decir, los **bienes** de una oferta cultural. Asimismo, implica cuando menos cierta familiaridad y pericia en el ejercicio de las prácticas de las diversas formas de consumo,



así como la posesión y **mostración** o actualización situacional de los principios estéticos que le permiten jerarquizar los objetos, discursos y prácticas dentro de una escala socialmente difundida, sancionada y valorada (González 1994a; 14).

Gilberto Giménez (Giménez *s/f* a) menciona que en estudios de la cultura hay dos procedimientos teóricos para el estudio de la interiorización de la cultura: la teoría del **habitus** de Pierre Bourdieu y el de las **representaciones sociales** de la escuela europea de psicología social, encabezada por Serge Moscovici.

De esta manera, el estudio exploratorio de la conformación de los PCI en León, se concentra, tanto en la historia de las formas en que la OCI participa en la construcción de los sentidos que ofrecen para ser apropiados y por sus públicos, y la historia de la apropiación de la experiencia por parte de los PCI, a través de las representaciones sociales.



bibliografía.

- BOEHM, Brigitte (1997). "El enfoque regional y los estudios regionales en México: geografía, historia y antropología", en *Relaciones*. El Colegio de Michoacán, No. 72
- BOURDIEU, Pierre (1997). "La ilusión biográfica", en *Razones prácticas. Sobre la teoría de la acción*. Barcelona, Ed. Anagrama.
- BOURDIEU, Pierre (1985). *¿Qué significa hablar? Economía de los intercambios simbólicos*. Madrid, Ed. Akal.
- CHAMBERS, Ian (1995). *Migración, cultura, identidad*. Buenos Aires, Ed. Amorrourtu.
- CHARTIER, Roger (1997). *Pluma de ganso, libro de letras. Ojo viajero*. México, Universidad Iberoamericana.
- DE CERTAU, Michel (1995). *La toma de la palabra y otros escritos políticos*. México, Universidad Iberoamericana-ITESO.
- DE CERTAU, Michel (1995*). *Historia y Psicoanálisis*. México, UIA-ITESO.
- ECO, Umberto (1988). *De los espejos y otros ensayos*. Barcelona, Ed. Lumen.
- FERNÁNDEZ, Ch. Fátima (1991). *La radio mexicana. Centro y regiones*. México, Ed. Juan Pablos.
- FUENTES Navarro, Raúl y Sánchez R., Enrique (1992). "Investigación sobre comunicación en México: los retos de la institucionalización", en Orozco G., Guillermo (Coord.), *La investigación de la comunicación en México: tendencias y perspectivas para los noventas*. México, UIA. Cuadernos de Comunicación y Prácticas Sociales, No. 3
- GETINO, Octavio (1988). "El cine y las nuevas tecnologías audiovisuales", en *Contratexto*. Universidad de Lima, No. 3
- GIMÉNEZ, Gilberto (s/f). "Territorio, cultura e identidad. La región socio cultural". Texto inédito y utilizado como material de trabajo en el Doctorado en Ciencias Sociales por la Universidad de Colima.
- GIMÉNEZ, Gilberto (s/f a). "Importancia estratégica de los estudios culturales

en el campo de las ciencias sociales". Texto inédito y utilizado como material de trabajo en el Doctorado en Ciencias Sociales por la Universidad de Colima.

GIMÉNEZ, Gilberto (1997). "Materiales para una teoría de las identidades sociales", en *Frontera Norte*. Colegio de la Frontera, Vol. 9, No. 18, julio-diciembre.

GIMÉNEZ, Gilberto (1994). "Apuntes para una teoría de la región y de la identidad regional" en *Estudios Sobre las Culturas Contemporáneas*. Universidad de Colima, Vol. VI, No. 18

GÓMEZ Vargas, Héctor (1998). "La configuración de públicos culturales. Biografías Radiofónicas: navegar entre mundos sociales paralelos y progresiones tecnológicas", en Lozano José Carlos y Benassini, Claudia (Editores), *Anuario de investigación de la comunicación CONEICC*: México, CONEICC.

GÓMEZ Vargas, Héctor (1997). "Biografías Radiofónicas: trayectorias y travesías por mundos sociales", en *Estudios Sobre las Culturas Contemporáneas*. Universidad de Colima, Época II, Volúmen III, No. 6 Diciembre.

GÓMEZ Vargas, Héctor (1993). "Medios audiovisuales en León: visiones y perspectivas", en *Oro de Hoja*. Consejo para la cultura de León, No. 1


GONZÁLEZ M., Fernando (1991). *Ilusión y grupalidad. Acerca del claro oscuro objeto de los grupos*. México, Ed. Siglo XXI.

GONZÁLEZ, Jorge (1995). "Coordenadas del imaginario: protocolo para el uso de cartografías culturales" en *Estudios Sobre las Culturas Contemporáneas*. Universidad de Colima, Época II, Vol. I, No. 2.

GONZÁLEZ, Jorge (1994). Más (+) Cultura (s). *Ensayo sobre realidades plurales*. México, CNCA

GONZÁLEZ, Jorge (1994 a). "La transformación de las ofertas culturales y sus públicos en México", en *Estudios Sobre las Culturas Contemporáneas*. Universidad de Colima, Vol. VI, No. 18.

GONZÁLEZ, Jorge (1993). "Video tecnología y modernidad por los dominios de Pedro Páramo", en *Diálogos de la comunicación*. Felafacs, No.



GONZÁLEZ, Jorge (1986). "Exvotos y retablitos: religión popular y comunicación social en México", en *Estudios Sobre las Culturas Contemporáneas*. Universidad de Colima, Vol. I, No 1

PISCITELLI, Alejandro (1995). *Ciberculturas en la era de las máquinas inteligentes*. Buenos aires, Ed. Paidós.

SERRANO, Pablo (1997). "Historiografía regional mexicana. Tendencias y enfoques metodológicos. 1968-1990", en *Relaciones*. El Colegio de Michoacán, No.72

TARKOVSKI, Andrei (1993). *Esculpir el tiempo*. México, UNAM

THOMPSON, John (1994). "Social theory and the media", en Crowley, David and Mitchell, David, *Communication theory today*. Great Britain, Polity Press.

THOMPSON, John (1993). *Ideología y cultura moderna. Teoría crítica social en la era de la comunicación de masas*. México, UAM-X.

THOMPSON, Paul (1994). "La familia como factor de movilidad social", en *Estudios Sobre las Culturas Contemporáneas*. Universidad de Colima, Vol. I, No 1



epílogo.

... y mirar a lo lejos.


*Todo eso es ahora
Todo eso se ha ido
Todo eso está por venir
Y todo bajo el sol está en armonía
Pero el sol está eclipsado por la luna.*

Roger Waters,
El lado oscuro de la luna.

La pregunta se ha instalado en el centro: ¿qué es la ciudad de León? Las rutas de navegación han sido la perspectiva analítica de la cultura y los barcos, los medios audiovisuales de comunicación para surcar ese **mare tenebrosum**.

¿Qué podemos responder a esa pregunta?


La ciudad de León es un proceso que deviene de lejos y que no se define únicamente por lo que ha sucedido en los últimos tiempos. Posee un metabolismo que se viene desplegando desde siglos atrás, y en el cual la presencia y actividad de los medios masivos de comunicación es



una parte muy importante de ese movimiento. No necesariamente su causa, mas sí un actor fundamental y, probablemente, no serán, tal como los conocemos en la actualidad, los protagónicos del futuro, pues otros escenarios comienzan a abrirse y otra familia de tecnologías de información han aparecido en el entorno.

La ciudad de León no es, ni ha sido, una sola, sino múltiple, diversa, compleja. No ha sido únicamente la ciudad material, la que ha estado en el ambiente urbano, en sus calles y avenidas, sino en las múltiples acepciones, representaciones y percepciones de sus ciudadanos, que tampoco han sido los mismos todo el tiempo, ni todos han sido iguales. La ciudad se ha desenvuelto entre lo homogéneo y lo diverso, mundos sociales paralelos y simultáneos. A la **ciudad histórica** que se creó y con la que se llegó a principios del siglo XX, han emergido poco a poco otras ciudades dentro de la misma ciudad, conviviendo y combatiendo entre sí. Después apareció la **ciudad industrial**, que tardó décadas en hacer presente en el ambiente urbano su rostro y sus circunstancias. Pero también llegó la **ciudad mediada**, aquella que a través de los medios audiovisuales de comunicación permitía vivir de otra manera, radicalmente distinta las socialidades locales, articulando de una manera muy diferente las relaciones entre lo público y lo privado, lo local y lo foráneo. Los medios masivos audiovisuales de comunicación nos hacen vivir un **mundo virtual**: la ciudad, el mundo, los otros al alcance de la mano, presentes y ausentes a la par, acortando tiempos y espacios, relacionando lo que antes estaba disperso, poniendo en movimiento y alterando lo que antes era fijo y parecía inmutable. La ciudad mediada fue colocando los escenarios para la nueva ciudad a la cual estamos entrando desde hace años: la **ciudad internacional, informacional**.

Pero, también, la ciudad de León ha sido el receptáculo y el escenario de diversos factores internacionales, nacionales, regionales y locales, que han venido conformando una sociedad sumamente compleja, diversa y múltiple, en la que a lo largo de las décadas, sus actores sociales han



asumido formas y esquemas diferentes y diferenciado en su actuar y forma de relacionarse. Una **sociedad multicultural** que ha pasado invisible a nuestros ojos y que cobra contornos y movimientos cuando vemos la relación de los medios audiovisuales con sus públicos: diferentes discursos, símbolos, prácticas, representaciones, imaginarios circulan y son apropiados por distintos sujetos sociales que comienzan a desarrollar identidades, expectativas, sensibilidades, gustos, sexualidades, distinciones. No es sólo la tradicional división clasista, sino otro tipo de divisiones comienza a ser visible: diferencias generacionales, de género, de preferencia sexual, de posibilidades de acceso a todo un mercado de la industria audiovisual, etcétera.

De esta manera, podemos decir, finalmente, que mirar a lo lejos a través del accionar de los medios audiovisuales en la ciudad de León, a ese movimiento que deviene de un tiempo aparentemente muy distante y que nos toca en el presente, empujándonos hacia delante, hacia un mundo que se vislumbra pero que tiene el aura de lo incierto, es comenzar a vernos, comprender el papel fundamental que ha tenido la cultura y los medios de comunicación en algo que parece ya irremediable: la tendencia al futuro, al cambio, a la incesante transformación, a ser **migrantes culturales** cotidianos e históricos.

Y, sin embargo, a cada paso que se dé en el intento por responder y encontrar un sentido, todo parece eclipsarse de nuevo, nuevas preguntas aparecen y se instalan en el centro. Mirar a lo lejos implica no dejar de mirar y de crear diferentes maneras de mirar. Entonces podremos ver el lado oscuro de la luna.