

LA CINEVIDENCIA EN EL PROCESO DE RECEPCIÓN CINEMATOGRAFICA POR PARTE DE JÓVENES EN EL CONTEXTO DE LOS CINECLUBES LA CAJA Y CINESTUDIO VEINTICUATRO CUADROS POR SEGUNDO

INVESTIGACIÓN

Daniela Alejandra Hincapié Hoyos
Conrado de Jesús Barrera Henao
Daniela Rojas Rojas

Pereira 2015

LA CINEVIDENCIA EN EL PROCESO DE RECEPCIÓN CINEMATOGRAFICA POR
PARTE DE JÓVENES EN EL CONTEXTO DE LOS CINECLUBES LA CAJA Y
CINESTUDIO VEINTICUATRO CUADROS POR SEGUNDO

CONRADO DE JESÚS BARRERA HENAO
DANIELA ALEJANDRA HINCAPIÉ HOYOS
DANIELA ROJAS ROJAS

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE PEREIRA
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN E INFORMÁTICA EDUCATIVA

PEREIRA – RISARALDA

2015

LA CINEVIDENCIA EN EL PROCESO DE RECEPCIÓN CINEMATOGRAFICA POR
PARTE DE JÓVENES EN EL CONTEXTO DE LOS CINECLUBES LA CAJA Y
CINESTUDIO VEINTICUATRO CUADROS POR SEGUNDO

Autores:

CONRADO DE JESÚS BARRERA HENAO
DANIELA ALEJANDRA HINCAPIÉ HOYOS
DANIELA ROJAS ROJAS

Estudio de investigación para optar el título de:
Licenciados en Comunicación e Informática Educativas

Directora:

Dra. OLGA LUCÍA BEDOYA

Codirector:

Mg. YHON JAIRO ACOSTA BARAJAS

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE PEREIRA
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN E INFORMÁTICA EDUCATIVA

PEREIRA – RISARALDA

2015

Nota de aceptación

Firma del Jurado

Dedicatoria

A Dios por la vida, a la vida por los desafíos constantes. Al mundo del conocimiento por ser reto. A los caminos porque siempre se han abierto. Al arte por ser disciplina y pasión. A mis padres por el amor, a mi madre por la entrega total. A mis hermanas por ser mis compañeras de camino, de lucha. A toda mi familia por amarme con mi ausencia y mi presencia, en esta y las etapas venideras de la vida.

Daniela Alejandra Hincapié Hoyos (*daalhincapie@utp.edu.co*)

Dedico este trabajo a Dios, a mi núcleo familiar, mi mamá y hermanos y a mi tío por haber hecho parte de este proyecto. A todas las personas que directa o indirectamente nos colaboraron y pusieron su grano de arena tanto en ánimo como en conocimiento. A mis dos compañeros y grandes amigos con los que compartí todo este tiempo Daniela H y Conradito. Los quiero con el alma y a caminar hacia el futuro.

Daniela Rojas Rojas (*danrojas@utp.edu.co*)

A mis amigas y compañeras de trabajo e investigación. A mis hermanos y a mis padres, por creer en nosotros, he aquí en el actual proyecto nuestro tiempo y dedicación invertidos.

Conrado Barrera Henao (*barrera@utp.edu.co*)

Agradecimientos

A cada uno de los integrantes de la investigación, por su cariño, comprensión, ternura y paciencia. A nuestras familias por el apoyo incondicional. A cada representante de los cineclubes por permitirnos realizar la actual investigación y a todos sus integrantes por la colaboración prestada. A Jhon Jairo Hincapié por guiarnos al principio de nuestra investigación. Al equipo de trabajo de *Cafeína* por ser parte de nuestra formación, ser apoyo y motivación para sacar el proyecto adelante. A nuestros asesores por la confianza y el conocimiento entregado en este proceso.

Contenido

Glosario	1
Planteamiento y justificación del problema de la investigación	4
Objetivos	8
GENERAL	8
ESPECÍFICOS	8
Marco teórico conceptual.....	9
INTRODUCCIÓN	9
PARADIGMAS DE LOS ESTUDIOS DE RECEPCIÓN	10
RECEPCIÓN DEL CINE O RECEPCIÓN CINEMATOGRAFICA	12
CINEVIDENCIA	13
LAS MEDIACIONES DE LAS CINEVIDENCIAS	15
ESPECTADOR/AUDIENCIAS	17
LAS IMPLICACIONES EDUCATIVAS DE LA CINEVIDENCIAS	18
CINECLUB	20
Marco referencial.....	22
CONCLUSIONES GENERALES.....	26
Marco metodológico.....	27
ENFOQUE	27
UNIVERSO Y MUESTRA	27
RECONOCIMIENTO DE CINECLUBES	28
DESCRIPCIÓN DEL PROCESO	29
PELÍCULAS PROYECTADAS EN LOS CINECLUBES	30
PRUEBA PILOTO.....	32
MÉTODOS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	33
ESTRUCTURACIÓN DEL MODELO DE ANÁLISIS	37
Técnica de análisis.....	38
SECUENCIA DE ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE UN GRUPO DE DISCUSIÓN	38
Análisis de la información recopilada	39
AGRUPACIÓN Y CONCEPTOS EMERGENTES CINECLUB CINESTUDIO VEINTICUATRO CUADROS POR SEGUNDO	41
<i>Dimensión frutiva</i>	41
<i>Dimensión comercial</i>	47
<i>Dimensión comunicativa</i>	49
<i>Dimensión sociocultural</i>	55
<i>Dimensión artística</i>	64
<i>Mediación individual</i>	67

<i>Mediación del medio</i>	70
AGRUPACIÓN Y CONCEPTOS EMERGENTES CINECLUB LA CAJA.....	73
<i>Dimensión frutiva</i>	73
<i>Dimensión comercial</i>	79
<i>Dimensión comunicativa</i>	82
<i>Dimensión sociocultural</i>	88
<i>Dimensión artística</i>	93
<i>Mediación individual</i>	97
<i>Mediación colectiva</i>	102
<i>Mediación del medio</i>	103
Caracterización de las cinevidencias	110
CONTEXTOS DE LAS CINEVIDENCIAS	110
<i>La caja</i>	110
<i>Cinestudio veinticuatro cuadros por segundo</i>	115
Interrelación audiencias/cine	120
INTERACCIONES CON LA REALIDAD PROPIA Y LA OTREDAD.....	121
INTERACCIÓN CON LOS SIGNIFICADOS	130
INTERACCIÓN CON LA EXPERIENCIA ESTÉTICA	134
INTERACCIÓN CON EL ORIGEN DE LOS RECURSOS Y LA SATISFACCIÓN	138
INTERACCIÓN CON LA ESTÉTICA Y LA COTIDIANIDAD	142
Las mediaciones de la audiencia	147
MEDIACIÓN INDIVIDUAL (CONOCIMIENTOS PREVIOS)	147
MEDIACIÓN COLECTIVA (LOS NUEVOS ESCENARIOS).....	149
MEDIACIÓN DEL MEDIO (OTROS MEDIOS DE COMUNICACIÓN)	151
¿qué hizo el cine con la audiencia? ¿qué hizo la audiencia con el cine?	156
Nuevos referentes de la interacción de la audiencia con el cine	160
CINECLUB CINESTUDIO VEINTICUATRO CUADROS POR SEGUNDO, LA AUDIENCIA DEL ENTRETENIMIENTO	160
CINECLUB LA CAJA LA AUDIENCIA ACTIVA, CRÍTICA Y REFLEXIVA	163
Bibliografía	167

Lista de tablas

Tabla 1. Unidades de análisis del cineclub Cinestudio Veinticuatro Cuadros por Segundo - Dimensión fruitiva.

Tabla 2. Unidades de análisis del cineclub Cinestudio Veinticuatro Cuadros por Segundo - Dimensión comercial.

Tabla 3. Unidades de análisis del cineclub Cinestudio Veinticuatro Cuadros por Segundo - Dimensión comunicativa.

Tabla 4. Unidades de análisis del cineclub Cinestudio Veinticuatro Cuadros por Segundo - Dimensión sociocultural.

Tabla 5. Unidades de análisis del cineclub Cinestudio Veinticuatro Cuadros por Segundo - Dimensión artística.

Tabla 6. Unidades de análisis del cineclub Cinestudio Veinticuatro Cuadros por Segundo – Mediación individual.

Tabla 7. Unidades de análisis del cineclub Cinestudio Veinticuatro Cuadros por Segundo – Mediación colectiva.

Tabla 8. Unidades de análisis del cineclub Cinestudio Veinticuatro Cuadros por Segundo – Mediación del medio.

Tabla 9. Unidades de análisis del cineclub La Caja - Dimensión fruitiva.

Tabla 10. Unidades de análisis del cineclub La Caja - Dimensión comercial.

Tabla 11. Unidades de análisis del cineclub La Caja - Dimensión comunicativa.

Tabla 12. Unidades de análisis del cineclub La Caja - Dimensión sociocultural.

Tabla 13. Unidades de análisis del cineclub La Caja - Dimensión artística.

Tabla 14. Unidades de análisis del cineclub La Caja – Mediación individual.

Tabla 15. Unidades de análisis del cineclub La Caja – Mediación colectiva.

Tabla 16. Unidades de análisis del cineclub La Caja – Mediación del medio.

Lista de figuras

Figura 1. Esquema del modelo de análisis.

Figura 2. Agrupación de palabras desde el programa Nvivo.

Figura 3. Formato de ficheros para palabras.

Figura 4. Resultados de unidad de análisis de cineclubes.

Lista de anexos

[Anexo 1](#). Formato del formulario diagnóstico.

[Anexo 2](#). Resultados generales formulario diagnóstico.

[Anexo 3](#). Entrevista estructurada.

Glosario

AUDIENCIA: conjunto de personas que reciben un mensaje a través de cualquier medio de comunicación.

CINE: técnica y arte de proyectar fotogramas de forma rápida y sucesiva para crear impresión de movimiento.

CINECLUB: asociación para la difusión de la cultura cinematográfica, que organiza la proyección y comentario de determinadas películas.

CINE-FORO: herramienta metodológica que facilita y enriquece el diálogo entre el espectador y la obra audiovisual.

CINEVIDENCIA: acto de ver cine, conformada por 5 dimensiones iniciales: sociocultural, frutiva, artística, comercial, comunicativa; y tres mediaciones: del medio, colectiva e individual.

MEDIACIÓN: información previa presente en la interpretación del cine, lugar desde donde se le otorga sentido a la comunicación.

RECEPCIÓN CINEMATográfica: proceso complejo, que antecede y prosigue al mismo acto de estar frente a la pantalla de cine.

Resumen

Según la discusión actual que se tiene sobre el impacto de las nuevas TIC y los medios de comunicación de masas en la sociedad, en la cual se encuentra pertinente abordar los medios desde procesos de comunicación-educación, media literacy o educomunicación, nos encontramos con que “se debe entender el papel y las funciones de los medios en las sociedades democráticas” basándonos en esto y teniendo en cuenta que los jóvenes conforman el mayor porcentaje de recepción cinematográfica en Colombia, según el DANE (44,4%). La presente investigación está enfocada en caracterizar las Cinevidencias en los procesos de recepción de cine por parte de jóvenes entre 18 y 25 años en los contextos de los cineclubes ‘La Caja’ y ‘Cinestudio Veinticuatro Cuadros por Segundo’ de las ciudades de Pereira y Santa Rosa de Cabal; tiene sus abordajes teóricos basados en los planteamientos de Silvina Virginia Funes con su texto:

“Cinevidencias: la interacción de las audiencias, el cine y la educación”.

Esto se hará mediante los siguientes objetivos: Identificando las dimensiones y mediaciones presentes en los procesos de recepción de cine por parte de jóvenes en el contexto de cada cineclub, describiendo las relaciones existentes entre las Cinevidencias dadas en cada cineclub en los procesos de recepción de cine por parte de los jóvenes, describiendo las características de los cineclubes como contextos de educación informal en los procesos de recepción de cine y reconociendo la manera en que se está presentado el acto de ver cine por parte de jóvenes en el contexto del cineclub.

Teóricamente, se inicia haciendo un abordaje del concepto de recepción cinematográfica a través de la autora en cuestión, quien lo expone como “experiencia estética, forma de comunicación social y práctica de consumo cultural”; en este camino de dar contexto y forma a

los procesos de recepción del cine, llegamos a estudiarlo a través de cinco dimensiones: artística, frutiva, sociocultural, comunicativa y comercial. Tales dimensiones que desarrolla la autora conforman el “acto de ver cine” o, mejor llamado por Funes, Cinevidencia; este proceso de Cinevidencia es el pilar fundamental a estudiar; ya que es el que usa la autora para explicar lo que ocurre en el proceso de la recepción del cine; encaminándonos con las preguntas: ¿Qué hace el cine con su audiencia?; ¿qué hace la audiencia con el cine?; en este apartado comenzamos a incursionar un segundo pilar del sustento teórico; en el cual, para definir las audiencias y las mediaciones que ocurren en ese proceso de Cinevidencia; nos apoyaremos junto a los postulados de Funes, en las premisas de Guillermo Orozco desarrolladas en el texto “*Medios, Audiencias y Mediaciones*”, lo anterior, nos llevará entonces a caracterizar un proceso de recepción del cine o Cinevidencia; proceso contextualizado en un cineclub como espacio de educación informal.

Todo ello se hará mediante el enfoque cualitativo de la investigación científica, de la cual tomaremos como instrumento principal el grupo de discusión y como instrumento complementario, la entrevista diagnóstica, los cuales serán las herramientas para alcanzar los objetivos mencionados y llegar, mediante este proyecto, a servir como antecedente de los estudios de recepción de medios y pantallas, realizados en Pereira, en Risaralda y en Colombia.

Palabras Clave: Recepción cinematográfica – Cinevidencia – Audiencia – Educación Informal– Cine – Cineclub – Mediaciones – Dimensiones.

Planteamiento y justificación del problema de la investigación

Dada la discusión actual que se tiene sobre el impacto de las nuevas TIC y los medios de comunicación de masas en la sociedad, en la cual se encuentra pertinente abordar los medios desde procesos de comunicación-educación, media literacy o educomunicación, los cuales se pueden concretar (sin dejar de lado sus distanciamientos teóricos) como la labor que se debe hacer con los canales de medios e información para la transformación social y, tomando como referente la guía de la UNESCO sobre la Alfabetización Mediática e Informativa, nos encontramos con que se debe entender el papel y las funciones de los medios en las sociedades democráticas (Grizzle, 2011) y sabiendo que estos medios tienen un importante impacto en el aprendizaje a lo largo de la vida (2011), empezamos a delimitar nuestra problemática.

Adentrándonos un poco más, especificaremos dentro de los distintos medios de comunicación e información, los medios audiovisuales; los cuales han sido un fenómeno que ha llegado a la sociedad en distintas expresiones y lo han definido en la Encuesta de Consumo Cultural del DANE (2015):

Medios y lenguajes que integran imágenes y/o sonidos para generar experiencias y percepciones en la audiencia que pueden ser simultáneamente auditivas y visuales. Bajo esta categoría están el cine, la televisión, el video, la radio y los videojuegos.

Dentro de esta categoría de medios audiovisuales se encuentra el cine, tema que va delimitando aún más la presente investigación.

Para el ámbito cinematográfico, iniciaremos diciendo que, desde sus comienzos y como medio de comunicación emergente del siglo XX el cine ha sido construido con narrativas sociales que obedecen a un contexto histórico particular.

A través del llamado “séptimo arte” como lo denominó Ricciotto Canudo (1995), se han caracterizado y representado por medio de imágenes en movimiento, diversos fenómenos y hechos que trascendieron la historia. Temas que van desde el origen del universo, la llegada del cristo salvador, la creación de los imperios y demás, han sido solo algunos dentro de los tantos que se han podido representar a través de la imagen, los que además, dan cuenta de los hechos que han generado el sistema de humanidad que hoy se tiene.

Así mismo, este medio de comunicación es reflejo de unas narrativas construidas por quienes constituyen el medio, en este sentido y teniendo en cuenta la intencionalidad comunicativa que hace parte implícita y constante de las grandes productoras, el cine se convierte como el resto de artes en una industria cultural que integra conocimientos y mensajes para sus receptores, crea y recrea imaginarios a los sujetos.

Teniendo en cuenta lo anterior, el cine es un medio de comunicación que está presente en la cotidianidad tanto de las sociedades occidentales en el mundo como de nuestro país, y abordando a (Funes, 2003), cuando indica que el cine no está presente sólo en una sala de cine sino también en la comodidad de la casa o en lugares informales donde se pueda no solamente ver, sino también discutir; consideramos necesario desarrollar una interpretación donde podamos observar el proceso en que se da la ‘Cinevidencia’ (Funes, 2003), que la autora define como un proceso complejo, que antecede y prosigue al mismo acto de estar frente a la pantalla de cine (2003).

Como Licenciados en Comunicación e informática Educativa encontramos entonces que, un primer paso para llegar a hacer un uso de los medios de comunicación para la transformación social, es entrar a caracterizar procesos de recepción del medio; para el caso, el cine; ya que, como lo menciona Funes (2003):

El cine -entre otros medios de comunicación social- ha contribuido a un proceso que podríamos denominar de implosión referencial, es decir, ha modificado nuestra estructura de la experiencia cotidiana porque ha multiplicado nuestras capacidades de apropiarnos reflexivamente de ciertas enseñanzas que probablemente no vendrían de los encuentros diarios en los lugares que constituyen nuestro mundo en torno al trabajo-hogar-consumo.

Con estas definiciones que la autora presenta, se considera necesario desarrollar una interpretación donde podamos evidenciar lo que ella propone como dimensiones del cine, teniendo también en cuenta las mediaciones que el proceso de Cinevidencia trae *“se entenderá que la Cinevidencia transcurre por diversos "escenarios", en donde los espectadores, manteniendo un contacto con el referente cinematográfico, se reapropian, reproducen, negocian, resisten o aceptan los sentidos propuestos por los filmes y construyen y reconstruyen los suyos propios”* (2003).

Para entrar a caracterizar estos distintos escenarios, nos dirigimos a describir las relaciones existentes entre las Cinevidencias y los procesos de recepción y entraremos a reconocer la manera en que se está presentado el acto de ver cine por parte de jóvenes en el contexto de un cineclub; para ello, se delimitó una población a estudiar que hace parte de las dinámicas de un cineclub; en donde participan jóvenes universitarios entre los 18 y 25 años, rango de edad que según el DANE es la edad poblacional en Colombia que evidencia una mayor asistencia al cine: *“en la asistencia a cine con relación a la edad, el mayor porcentaje lo tuvo la población de 12 a 25 años 44,4%, seguida por la de 26 a 40 años 38,0%, la de 41 a 64 años 19,2%, y finalmente la de 65 años y más 7,1% (Encuesta de consumo cultural, 2014).*

Podemos concluir entonces que, el cine -como medio de comunicación, expresión artística e industria- y la recepción cinematográfica -en tanto que experiencia estética, forma de

comunicación social y práctica de consumo cultural- puede producir una cierta dislocación cuando la propia experiencia individual y la colectiva determinada por el contexto, no se corresponde con las imágenes vehiculizadas por los productos cinematográficos. Indagar esta situación implica adentrarse en la reflexión sobre la interacción audiencias-cine. Estas indagaciones sobre recepción cinematográfica, no han sido evaluadas con el mismo rigor académico que se indagan medios audiovisuales como la televisión y es a lo que se refiere Funes cuando afirma que, *“no se ha tenido en cuenta con el mismo rigor académico la exploración de los procesos de ver cine o "Cinevidencia" y la posibilidad de diseñar intervenciones pedagógicas que den cuenta de la interacción audiencias-cine-educación”* (2003).

Partiendo de lo que plantea la autora quisimos adentrarnos y profundizar en un discurso de recepción cinematográfica donde podamos evidenciar e identificar las mediaciones y dimensiones de la Cinevidencia que plantea ella misma, esto basado en el interrogante: **¿Es posible caracterizar las Cinevidencias que se dan en los procesos de recepción de Cine por parte de jóvenes entre 18 y 25 años en los contextos de los cineclubes ‘La Caja’ y ‘Cinestudio Veinticuatro Cuadros por Segundo’ de las ciudades de Pereira y Santa Rosa de Cabal?** siendo esta la pregunta guía del proceso investigativo de este proyecto.

Objetivos

General

Caracterizar las Cinevidencias que se dan en los procesos de recepción de cine por parte de jóvenes entre 18 y 25 años en los contextos de los cineclubes ‘La Caja’ y ‘Cinestudio Veinticuatro Cuadros por Segundo’ de las ciudades de Pereira y Santa Rosa de Cabal.

Específicos

- Identificar las dimensiones y mediaciones presentes en los procesos de recepción de cine por parte de jóvenes en el contexto de cada cineclub.
- Describir las relaciones existentes entre las Cinevidencias y mediaciones dadas en cada cineclub en los procesos de recepción de cine por parte de los jóvenes.
- Explicar las implicaciones educativas de la Cinevidencia desde los cineclubes como contextos de educación informal.

Marco teórico conceptual

Introducción

La presente investigación que está enfocada en caracterizar la Cinevidencia que se da en el proceso de recepción de cine en el contexto de un cineclub, tiene sus abordajes teóricos basados en los planteamientos de Silvina Virginia Funes con su texto: *Cinevidencias: La interacción de las audiencias, el cine y la educación*.

Iniciamos haciendo un abordaje del concepto de recepción cinematográfica a través de esta autora, quien lo expone como “*experiencia estética, forma de comunicación social y práctica de consumo cultural*” (2003); en este camino de dar contexto y forma a los procesos de recepción del cine, llegamos a estudiarlo a través de cinco dimensiones: artística, frutiva, sociocultural, comunicativa y comercial. Tales dimensiones junto con las mediaciones que desarrolla la autora conforman el “acto de ver cine” o, mejor llamado por Funes (2003), Cinevidencia; este proceso de Cinevidencia es el pilar fundamental a estudiar; ya que es el que usa la autora para explicar lo que ocurre en el proceso de la recepción del cine; encaminándonos con las preguntas: ¿Qué hace el cine con su audiencia? ¿qué hace la audiencia con el cine? (2003); en este apartado incursionamos un segundo pilar del sustento teórico; en el cual, definimos las audiencias y las mediaciones que ocurren en ese proceso de Cinevidencia; nos apoyamos junto a los postulados de Funes, en las premisas de Guillermo Orozco desarrolladas en el texto: *Medios, Audiencias y Mediaciones* (Orozco, 1997), lo anterior, nos llevó entonces a caracterizar un proceso de recepción del cine o Cinevidencia; la cual con su implicación educativa, y con su característica de proceso contextualizado, la enmarcamos en el cineclub como espacio de educación informal.

Paradigmas de los estudios de recepción

Cuando hablamos históricamente sobre los estudios que se han llevado a cabo en el campo de la recepción en medios, nos encontramos con que *“los estudios de recepción no son una nueva faceta de la comunicación: se trata, únicamente de una nueva perspectiva de estos estudios que se han venido desarrollando durante las últimas décadas”* (Aparecida, 1998) para llegar a estas nuevas perspectivas, debemos hacer un breve recorrido por tres momentos conceptuales desde los que se ha trabajado el tema de los estudios, momentos que a su vez, nos dan las herramientas para empezar a desarrollar el concepto “Recepción” en el presente trabajo, el cual está enmarcado en la discusión teórica del paradigma de recepción basado en el paradigma interpretativo de las audiencias.

El primer momento que se dio en los estudios de la recepción fue el **paradigma de los efectos**, que fue el momento donde se quiso dar respuesta a la manera en que un mensaje tenía un impacto directo (ya estructurado por el emisor) en el receptor: emisor-mensaje-receptor; se puede entonces, explicar como *“la concepción según la cual, el receptor era un recipiente donde se vertían reglas, y como resultado había un comportamiento apropiado con los mensajes emitidos”* (Aparecida, 2006).

Como segundo momento, además de hablar de los efectos producidos por el mensaje enviado a través del *medio activo* de comunicación, se comenzó a tener en cuenta en los estudios de recepción, la selección de las programaciones por parte de los receptores, en esta instancia se comienza a hablar del **paradigma de usos y gratificaciones** que se refiere al receptor que selecciona el contenido para satisfacer sus necesidades, es el momento de posibilidad de “selección” del mensaje; (White, 1998) dice:

Esta concepción destaca el papel del receptor como seleccionador de los productos culturales de los medios. Por lo tanto, el destinatario hace uso de los mensajes a través de su contexto psicológico. Por consiguiente, la satisfacción de las necesidades de los receptores es vista en términos de las funciones sociales que ejercen.

Para este tercer momento de los estudios de recepción nos referimos al **paradigma interpretativo de la audiencia**, cabe iniciar mencionando que hubo “*cambio en la perspectiva de análisis que pasó de los medios activos a la audiencia activa*” (1998, p.57) a diferencia de los anteriores momentos, en donde se estudiaban los medios como entes activos y los efectos que generaban con sus mensajes; entramos a hablar ahora de una audiencia activa, y se empieza a estudiar la recepción a partir de la lógica desde la cual se habla que esta debe ser leída a partir de procesos sociales y culturales que engloban al individuo, es decir, no este como sujeto independiente, sino como parte de una sociedad y un contexto específico de recepción.

Es así, como este último paradigma desde White, 1998:

Cambia el enfoque, según el cual, los medios son exclusivamente agentes y fuentes de construcción de significado, deja atrás los medios como simples textos y lectura de textos y prioriza el enfoque de la construcción de significado por parte de comunidades interpretativas (p.76).

El momento de recepción ya no es el lineal en el que solo se habla de emisor-mensaje-receptor; por el contrario, se habla de **audiencia activa** la cual está cargada de significados y contexto, y a la vez que recibe el mensaje, lo deconstruye según sus lógicas; lo interpreta y lo construye de vuelta, es así como se afirma que “*Los estudios de recepción están preocupados con las características socioculturales de los receptores. De este modo, el enfoque cambia para las prácticas sociales y culturales más amplias, en las cuales ellos están inseridos*” (Aparecida,

2006). En ese enfoque de interpretación de las audiencias entramos a definir recepción cinematográfica.

Recepción del cine o recepción cinematográfica

Para hablar de recepción y específicamente desde el planteamiento de la **recepción cinematográfica** o **recepción del cine**, nos apoyamos en los planteamientos de Funes, quien afirma que *“la recepción es un espacio de intertextualidad y de prácticas cruzadas, intercambiadas en múltiples direcciones, como la "gran" historia y la propia biografía del sujeto espectador”* (Funes, 2003). Ahora bien, se entiende por recepción, un proceso no-lineal el cual requiere entender la audiencia que viene de e interactúa con diferentes contextos. Así mismo, la autora afirma que *“la recepción, no tiene tanto que ver con el orden del conocimiento, de los códigos o de los mensajes; tiene más relación con el orden del reconocimiento, de las matrices y de los formatos culturales”* (2003). Funes, también contempla la recepción cinematográfica como una *“experiencia estética, forma de comunicación social y práctica de consumo cultural”* (2003).

Definiremos entonces, la recepción cinematográfica como los procesos que componen el acto de ver cine dentro de un espacio establecido para dicha interacción, tal cual es, pensada para la interpretación que se le dan a las películas, es decir, desde las posibles dimensiones y mediaciones que los sujetos pertenecientes a un contexto, puedan concebir de ellas. La recepción del cine, en el presente trabajo, será entonces desarrollada a partir del concepto que propone Funes para el “acto de ver cine” la Cinevidencia junto con las dimensiones y mediaciones que la conforman, así como con las implicaciones educativas de la misma, será la vía para encaminar nuestro proceso.

Cinevidencia

Partiendo nuevamente desde Funes (2003), decimos que la Cinevidencia:

Es un proceso culturalizado y por tanto contextualizado. A su vez cada contexto está determinado por diferentes tipos; desde el contexto meramente situacional, físico de los actos de ver cine, hasta los contextos simbólicos, racionales, emocionales, axiológicos, institucionales, sociales, políticos, económicos y culturales que ahí se hacen presentes.

La Cinevidencia como ese proceso de recepción del cine, se plantea dentro del paradigma de interpretación de la audiencia.

Para adentrarnos en tal proceso, Funes propone cinco dimensiones a desarrollar. *“Estas dimensiones dan forma y contexto a las recepciones del cine por parte de la audiencia y conforman un todo indiscernible en el momento de ver cine”* (2003):

Dimensión comercial.

Las realizaciones fílmicas son inevitablemente parte de las lógicas del sistema capitalista, sean de cine independiente o comercial, todas las producciones llevan un valor económico y un objetivo desde los realizadores para entretener y mover la economía, al tiempo que generan una idea de sociedad. Aquí entra el papel de la audiencia activa y su estudio, que como afirma Funes (2003):

El estudio de las audiencias en el cine no debería comenzar explicando las estructuras de los filmes y su relación con los espectadores/receptores, sino la relación de las condiciones materiales en las que se originan los filmes y su nexo con las audiencias.

Dimensión comunicativa.

“El cine no es sólo una industria, es además una maquinaria de producir significados y cada filme es una forma sistematizada de articulación de significados” (2003). El cine entonces es una máquina que produce significados y cada audiencia y cada espectador la interpreta de acuerdo a sus lógicas y contextos. Es el cruce entre la ilusión de realidad que se genera desde la estructura de la película y la estructura mental del individuo y/o grupo social en donde se genera esta dimensión comunicativa; para concretarlo, se dice que *“el filme es una estructura de comunicación determinada por las mismas condiciones de la comunicación entre los códigos filmicos y aquellos de las audiencias”* (2003).

Dimensión sociocultural.

“La audiencia interactúa con el filme bajo la forma de entretenimiento, con un tipo de realidad social y de estructura ideológica” (2003). Por medio de filmes se crean mitos, se alteran conductas y por tal razón está inserido dentro de los medios de comunicación de masas. Siendo la película una narrativa que impone estructuras sociales, culturales y morales y llevando consigo cargas ideológicas e históricas que construyen sociedad dependiendo de la perspectiva de realización y el contexto de recepción de la misma.

Dimensión frutiva.

Se refiere a *“la experiencia de ver y disfrutar cine. El proceso narrativo es la primera fuente de placer para las audiencias. El filme busca en cierto modo y en primera instancia, nuestra participación emocional”* (2003). El generar alegría, tristeza, angustia o pasión, llega ésta a ser la

cuarta dimensión, en donde “*el placer del texto no radica en lo que vale la pena recordar sino en lo que vale la pena experimentar por parte de las audiencias*” (2003).

Dimensión artística.

Desde el punto de vista artístico es interesante el análisis del cine en relación a la audiencia porque “*nos ayuda a no olvidar que los filmes no son puntos aislados, guardan conexiones con la historia*” (2003). También nos permite descubrir qué sociedad las produce y qué sociedad las recibe. “*Por otra parte, defender la creatividad total no deja de ser utópico ya que toda obra guarda alguna relación con el pasado y depende, por contraste o continuidad, de la tradición artística*” (2003). Es decir que, así se hable de cine comercial o independiente, la dimensión artística históricamente hablando se encuentra latente.

Las mediaciones de las Cinevidencias

Martín-Barbero (1986) ha definido a las mediaciones como “*el lugar desde donde se otorga el sentido a la comunicación*”. Para Funes (2003) la mediación es lo que ocurre:

Al término de una función de cine, cada quien reúne lo que ha quedado presente en su espíritu, y da su interpretación, sin preguntarse siempre en qué medida su información previa, su capacidad actual de atención y sus deseos han orientado sus percepciones.

Así mismo, plantea 3 tipos de mediaciones, las cuales dan cuenta de lo que ocurre dentro del proceso de Cinevidencia.

En primer lugar, habla de las mediaciones enmarcadas en los **ámbitos individuales** haciendo referencia a “*los sujetos con características propias, producto de sus trayectorias y desarrollos vitales personales y de sus aprendizajes anteriores, de las apropiaciones de sus experiencias*”

(2003). Orozco (1997) las denomina **Identidades de la audiencia**, e incluyen “*la etnia, el género, las instituciones sociales a las que pertenece y los movimientos y organizaciones ciudadanas en las que participa*”.

En segundo lugar, Funes (2003) plantea que las mediaciones “*proviene de la identidad o las identidades de los sujetos en lo individual y las de las audiencias como estamento colectivo*”. En este sentido, empezamos a hablar desde la mediación colectiva; Orozco (1997) lo plantea como los **Contextos sociales**, “*el mundo del trabajo, el de la política, la producción cultural; aspectos que hacen parte de la construcción del sujeto*”.

Por último, Funes (2003) menciona que las mediaciones “*se realizan a través de la percepción como actividad y proceso cognoscitivo múltiple frente a los referentes mediáticos*”. Es decir, los **medios**. En este último apartado vale mencionar que cuando habla de los procesos cognoscitivos-significantes, entran en juego las actividades que no se mencionan como lo son “*lo estrictamente nocional, junto con lo sensorial, lo simbólico, lo estético, lo emocional, lo racional, y lo vicario*” (2003).

Esto hace parte de “*los desafíos que plantea una educación y una enseñanza para el cine que busque "reencontrar" a sus audiencias y reconstituirlas de otras maneras*” (2003). Cuando habla de reconstruir las audiencias es pertinente mencionar que para Orozco, éstas, son una mediación (Orozco, 1997); las mismas **audiencias**, siempre situadas, tanto como miembros de una cultura y de varias comunidades de interpretación, como en tanto individuos con un desarrollo específico, repertorios, esquemas mentales y guiones para su actuación social.

Espectador/audiencias

Teniendo en cuenta que se ha trascendido del “estudio del espectador como sujeto de psicoanálisis” (Funes, 2003), en donde la mirada estuvo enfocada a los *medios activos*, desde la “*consideración del espectador como construido por el texto fílmico*” (2003), lo cual se refiere a “*un paradigma científico articulado en gran parte sobre la base de la preeminencia del texto y más preocupado por la significación del mismo que por su comunicabilidad*” (2003). Entramos desde los años noventa a teorías como los estudios culturales que “*han roto con la guía del concepto unitario de la cultura y del discurso, y han recuperado para el espectador y para el contexto de consumo el protagonismo perdido en perjuicio del texto*” (2003), de esta manera llegamos a describir el espectador del que se habla actualmente y que Funes menciona en dos clasificaciones, la primera es la del **sujeto-espectador** (2003), el cual “*se constituye como tal únicamente en referencia a las condiciones técnicas del cine, a las circunstancias metapsicológicas en las que se consumen los filmes y a la paralela existencia de unas determinadas características del texto fílmico*” (2003).

Ahora bien, cuando Funes habla de comunicabilidad podemos entrar a definir la segunda conceptualización, la del “**espectador real**, miembro de una **audiencia social** y sometido a *diversos procesos socioculturales*” (2003), para ampliar este concepto de audiencia-espectador nos basamos en Orozco (1997) quien afirma que “*desde una perspectiva comunicacional, las audiencias son sujetos comunicantes, capaces de realizar escuchas, lecturas y (tele, cine) videncias inteligentes, críticas y productivas[...] son sujetos pertenecientes a varias instituciones simultáneamente, de donde adquieren sus identidades y producen sentido a sus prácticas*” y así mismo, las audiencias tienen la debilidad de ser “*capaces de enajenarse ante los contenidos de los medios, de ser recipientes pasivos de sus mensajes*” (1997), para agregar a esta definición de

audiencia basada más en el proceso de recepción que en el medio, cabe mencionar que éstas no “*se van constituyendo en lo que son, fundamentalmente a través de sus procesos de recepción-interacción con los diversos medios y como resultado de las mediaciones que ahí intervienen*” (1997).

Teniendo en cuenta nuevamente a Funes (2003), quien apoyada en Orozco (1997), define audiencias como “*un conjunto segmentado a partir de las interacciones que los sujetos sociales, activos e interactivos, producen con referencia al medio cine*”.

Las implicaciones educativas de la Cinevidencias

Las Cinevidencias como la interrelación audiencias/cine se desarrollan e interpretan inicialmente a través de las dimensiones y las mediaciones; junto a ello y además como hechos precedentes, se incluyen en las interpretaciones los contextos culturales tanto del espectador como de la audiencia y las del primero como parte de la segunda; así mismo, se incluye en el análisis de la Cinevidencia un contexto de recepción, que se denomina comunidad de interpretación; cuando Funes se refiere a la Cinevidencia como la configuración de un espectador activo, se apoya en Orozco (1991) quien ha insistido en el papel de la escuela como comunidad de interpretación y es allí donde se abordan las implicaciones pedagógicas de la Cinevidencia; lo que aquí se llama implicación educativa en el acto de ver cine o Cinevidecia; será denominada de tal manera: ‘implicación educativa’ siendo esta una conceptualización que proviene de lo que Funes llama implicación pedagógica de las Cinevidencias (2003); esto, al ser de un enfoque investigativo; nos encontramos en un contexto en el que se pueden destacar aspectos de educación informal, para hacer la diferenciación entre implicación pedagógica e implicación educativa podemos resaltar lo que dice Touriñán (2011):

Un padre educa, un sujeto puede auto educarse, existen procesos de educación informal... En todos estos procesos, se alcanzan resultados educativos, pero es muy probable que la competencia técnica no tenga en estos casos el nivel necesario para controlar el proceso o decidir acerca de mejores formas de intervención, que es consubstancial a la intervención pedagógica.

De esta manera se está, además de, caracterizando el acto de ver cine en un contexto específico de cineclubismo, entrando a caracterizar este escenario educativo desde lo que Orozco denomina desordenamientos en la educación (1997), cuando afirma que:

Otro desordenamiento es en los escenarios educativos. El salón de clase, ese “sagrado” recinto del saber, o ese “laboratorio” de la enseñanza y el aprendizaje, estalla ante la avalancha de nuevos lugares para ver y oír, para sentir a través de las múltiples pantallas e instalaciones tecnológicas que nos rodean y que plagan los espacios de la cotidianidad, tanto bajo techo como a la intemperie.

Estamos aquí en una trascendencia de lógicas de lo que es el hecho educativo; el cual está proponiendo un contexto de educación informal gracias a los desplazamientos que ha tenido la educación, a la manera descentralizada en que se está llevando a cabo; como afirma Orozco, hoy día ésta *“se concentra frente a esas pantallas desde las que se constituyen nichos de audiencias, desde cuyas visualidades se interpela emotivamente, pero sin amenazas, a los sujetos sociales que apelan a los sentidos más que a la razón como criterio último de legitimidad de sus conocimientos”* (1997), de esta manera se entrega una propuesta de Cinevidencias, basada en y siendo vía para llegar a lo que afirma Funes (2003) como la manera en que *“la Cinevidencia instala el problema de la articulación entre la producción de significados dominantes y*

subalternos al poner en relación a los sujetos-audiencia con la trama de la cultura en la que viven”.

Cineclub

Cuando hablamos de cineclubes, necesariamente debemos ir al inicio de estos. Francia, 1920. La actividad cinematográfica estaba siendo monopolizada y el cine se había convertido en un reflejo de esa sociedad. En un comienzo este movimiento buscó reunir un grupo selecto de personas para estudiar y analizar películas que no eran presentadas en las salas de cine comercial. Ahora bien, parte la relación del cineclub, los cuales como dice Grilli (2008) fueron: *“convirtiéndose en auténticas escuelas de receptores de cine sin ese matiz de elitismo que alguna vez los acompañó”.*

En el año de 1949 llegaron los cineclub a Colombia con el mismo fin con el que se crearon en Francia y que hasta ahora se tiene de ellos *“La formación de un nuevo público con actitudes críticas hacia el fenómeno cinematográfico y con exigencias de calidad en cuanto al contenido y la forma de las películas exhibidas, es el resultado de la actividad comprometida de los cine clubes”* (Escorcía, 2008).

Es en este contexto en el que se sustenta el cineclub en el presente proyecto; interpretando este como un espacio de educación informal en donde, como afirma Orozco (2004) *“Informalmente se puede aprender siempre y aún sin proponérselo. Y por supuesto que se puede aprender aún lo que no se desea o algo que puede ser perjudicial para nuestro desarrollo educativo integral”* esto, lo habla el autor cuando menciona los ya mencionados desordenamientos que se han dado con la producción del conocimiento en el siglo XXI, todo, gracias a los medios de comunicación y las dinámicas de recepción que se están dando en ellos.

Enlazando el cineclub a la presente investigación y retomando los postulados de Funes, se concluye lo siguiente:

Si se comprende el proceso de Cinevidencia como un proceso complejo, que antecede y prosigue al mismo acto de estar frente a la pantalla de cine, se entenderá también que la Cinevidencia transcurre por diversos "escenarios", en donde los espectadores, manteniendo un contacto con el referente cinematográfico, se reapropian, reproducen, negocian, resisten o aceptan los sentidos propuestos por los filmes y construyen y reconstruyen los suyos propios. (Funes, 2003).

El espacio de cineclub, en la presente investigación, es el escenario focal a estudiar.

Marco referencial

El presente marco referencial se realizó a partir de la selección de artículos sobre la discusión de la recepción de medios y la actual discusión de éstos, específicamente el cine, como partes de la sociedad que deben ser estudiadas desde un abordaje educativo, tanto en su papel en la escuela formal como en la cotidianidad, por lo cual se buscaban relaciones del cine con la educación, cine y estudios de recepción, Cinevidencias con mediaciones y audiencias, recepción de cine en un cineclub como contexto de aprendizaje. Cabe mencionar que, la consecución de los artículos se hizo en bases de datos como Redalyc, Dialnet, Proquest. Revista Comunicar, Revista “Comunicación y Educación” USP.

“La constitución del cine colombiano como objeto de estudio” (Jaime, 2015)

Se abordan argumentos para nombrar el cine como un verdadero campo de investigación en donde se debe trascender del ámbito meramente estético; ya que, las problemáticas sobre el estudio de los medios son transversales. Se debe pasar entonces a hacer estudios sobre las funciones sociales de este arte y el papel que tiene en el contexto colombiano.

“Análisis de recepción del cine en bogotá: identidades culturales e imaginarios colectivos” (Muñoz, Rivera y Marín, 1994)

El proyecto intenta acercarse a la deconstrucción de objetos culturales (El cine en este caso) con una mirada conceptual nueva y con metodologías plurales, adoptando como horizonte de pensamiento lo simbólico-imaginario, instancia crucial del problema cultural.

“De la enseñanza al aprendizaje: Desordenamientos educativo-comunicativos en los tiempos, escenarios y procesos de conocimiento” (Orozco, 2004)

Hay que reconstruir procesos, redes y por tanto nuevas institucionalidades que apoyen ese rediseño de metas, informaciones, saberes y conocimientos que están siendo la nueva sustancia de la educación.

“Una imagen enseña más que mil palabras: ¿Ver o mirar?” (Sánchez, 2009)

El uso de los medios ha de responder a una planeación que garantice que las interacciones: maestro, estudiante y saber, converjan en un aprendizaje y desarrollo de competencias. Esto implica que se enseñe a mirar y a comprender el texto de las imágenes bien sea estáticas o en movimiento.

“El cine, estrategia para el desarrollo del pensamiento” (Rodríguez, 2010)

Observar como recepcionaban el cine los estudiantes y cómo se debía intervenir en ellos, convirtió las bases para el fortalecimiento de la formación a seres críticos y reflexivos frente a la realidad.

“Promotor y organizador de cineclubes” (Grilli, 2008)

El autor define los cineclubes, como entes que, al ver la necesidad de responder a distintos sentires y necesidades del público, terminan *“convirtiéndose en auténticas escuelas de receptores de cine sin ese matiz de elitismo que alguna vez los acompañó”* (2008).

“Antecedentes del cine clubismo como programa pionero a nivel mundial en formación de público cinematográfico” (Cardona, 2008)

Cineclubismo como programa pionero a nivel mundial en formación de público con actitudes críticas hacia el fenómeno cinematográfico y con exigencias de calidad en cuanto al contenido y la forma de las películas. Resultado de la actividad comprometida de los cineclubes.

“Una pequeña historia el cine” (Marcos y Muñoz, 2013)

Con el cineclub se insiste en la importancia de preservar lugares de estudio y discusión sobre el cine y sus contextos. Se trata de instancias para interrogar en el cine los problemas más vigentes de nuestras sociedades latinoamericanas contemporáneas.

“Fuentes archivísticas para la reconstrucción de la actividad cinematográfica en los circuitos cineclubistas” (Martín, 2012)

Es evidente la necesidad de atención por parte de la comunidad académica en aspectos del proceso de mutación de la cultura, los medios de comunicación y el cine, en particular.

“Cinevidencias: La interacción de las audiencias, el cine y la educación” (Funes, 2003)

¿Qué hace el cine con su audiencia?; ¿qué hace la audiencia con el cine? El proceso de recepción del cine por parte de las audiencias, no sólo permite plantear el desarrollo de una "educación para la recepción del cine" como una lectura crítica del medio cinematográfico sino que también instala el problema de la articulación entre la producción de significados dominantes y subalternos al poner en relación a los sujetos-audiencia con la trama de la cultura en la que viven.

“La recepción del cine mexicano y las construcciones de género” (San Martín, 2008)

Se habla del análisis del cine mexicano como productor y reproductor de significados, de la recepción del cine como un "proceso de interacción, resignificación y negociación" de estos significados y de la audiencia como constructo y sujeto de una comunidad interpretativa.

“Recepción: El abordaje de los estudios culturales” (White, 1998)

Se destaca el hecho de que los receptores ya no son tratados como consumidores pasivos de los medios; ahora se abordan como receptores capaces de tener lecturas plurales de los mensajes, buscando sentidos que convergen con sus experiencias de vida.

“De la comunicación a la educación: la importancia de los estudios de recepción” (Baccega, 2006)

La concepción según la cual el receptor era un vaso donde se introducían contenidos, que se evidenciaban en sus comportamientos estuvo durante décadas, pero a partir de los años 70 la recepción comenzó a ser concebida como activa, en donde se admite la participación de los sujetos en la reconstrucción de los significados de los mensajes.

“Recepción: nueva perspectiva en los estudios de comunicación” (Baccega, 1998)

Se habla de los procesos de recepción como proceso de interacción y diálogo entre sujetos emisores y receptores. Se destaca la importancia de la cultura y el origen social del receptor como constituyentes de la mediación, lugar donde se configuran los significados. En este sentido se enfocan los estudios de recepción.

“Medios, audiencias y mediaciones” (Orozco, 1997)

Repensar y profundizar el estudio de los medios, sus audiencias y las mediaciones desde una perspectiva que busque generar un conocimiento propicio para su transformación y lleve a un uso más racional de los medios.

Conclusiones generales

Con lo anterior concluimos que aunque alrededor del mundo se han llevado a cabo proyectos sobre el estudio de la recepción de los medios, no se han realizado suficientes sobre la recepción cinematográfica dentro de un paradigma de recepción activa, por ende consideramos pertinente lograr más adaptaciones en el estudio de un medio como un primer paso para generar estrategias que den herramientas para intervenir en proyectos de transformación cultural en los nuevos entornos culturales, para el caso, el cineclub. Un estudio de la recepción cinematográfica se puede realizar en un espacio formal, no formal o informal pero es importante tener en cuenta la población con la cual se quiere trabajar, sean personas jóvenes, adultas o niños es necesario realizar procesos de interpretación sobre las audiencias que están en constante cambio y es necesario identificar cómo se están dando las recepciones por parte de quienes, que se llamarán aquí, cinevidentes.

Marco metodológico

Enfoque

La presente investigación es de carácter cualitativo con un enfoque interpretativo / hermenéutico; puesto que se hizo una recolección de datos para su posterior análisis con métodos cualitativos, encaminándonos a un proceso flexible, basado en una lógica inductiva que no busca aprobar una hipótesis. Describiendo las cualidades y características de un fenómeno, se caracteriza por la observación de conductas y manifestaciones verbales/no verbales.

Universo y muestra

Área de estudio.

Cinevidencia y recepción de cine. Inscrita dentro de la línea de investigación “Recepción y producción de medios para la educación” de la Licenciatura en Comunicación e Informática Educativas.

Tipo de muestra.

La muestra para la recolección de la información se llevó a cabo con 39 participantes voluntarios asistentes a los cineclubes: 23 integrantes del Cineclub “La Caja” de Pereira y 13 integrantes del Cineclub “Cinestudio Veinticuatro Cuadros por Segundo” de Santa Rosa de Cabal.

Cabe mencionar que la cantidad de los participantes no es directamente proporcional al número de asistentes a los cineclubes; más sí hace parte del total de personas voluntarias que decidieron hacer parte de la presente investigación.

Descripción de la fuente de los datos.

Los datos recolectados son de fuente primaria ya que los grupos de discusión se hicieron directamente con la población de los cineclubes “La Caja” y “Cinestudio Veinticuatro Cuadros por Segundo”, los cuales están conformados por jóvenes en su mayoría universitarios de distintas áreas del conocimiento, quienes, en su gran mayoría están en un rango de edad entre 18 y 25 años.

Reconocimiento de Cineclubes

Teniendo en cuenta el interés en realizar la presente investigación con un grupo poblacional que se enmarcara en el contexto de un cineclub, los investigadores debimos reconocer los cineclubes en donde existiera algún tipo de problemática en el desarrollo de los cineforos, se buscaba además que fueran partícipes personas que cumplieran las características de edad y nivel de formación profesional que habían sido demarcados previamente; por lo cual, en este proceso de búsqueda, durante el Segundo Festival de Cine de Santa Rosa ‘Cinentrada’, organizado por los integrantes del cineclub ‘Cinestudio Veinticuatro Cuadros por Segundo’ se realizó el encuentro de los cineclubes de la región; al cual asistimos, con el fin de escuchar las diferentes propuestas y metodologías de funcionamiento de cada cineclub.

A este evento asistieron los diferentes representantes de los cineclubes que habían sido previamente invitados; aquí, cada representante hablaba de las historias y recorridos que tenía el cineclub que representaban, acerca de las poblaciones, los espacios, las intervenciones y el proceso que se llevaba a cabo a la hora de presentar las películas, herramienta que ayudó a tener información sobre posibles poblaciones objetivo y finalmente llevó a demarcar las dos poblaciones escogidas ya que, además de estas coincidir con el requisito de la problemática en el

desarrollo de los cineforos; coincidían con los requisitos de edad, nivel de formación académica y en otros aspectos que no habían sido plasmados inicialmente: horarios de proyección (1 vez por semana, el día sábado desde las 19:00 hasta las 22:00), características que delimitaban para elegir sus películas (cine distinto al proyectado regularmente en las salas de cine comercial/películas en idioma original), espacio de proyección (espacio cerrado, con proyección en video-beam, desde un computador y con baffle de alta potencia) De esta manera y por las ya mencionadas similitudes se decidió llevar a cabo la presente investigación con más de un cineclub y se seleccionaron los cineclubes ya mencionados.

Descripción del proceso

Los criterios tenidos en cuenta para la recolección de información para la consecución del presente proyecto se hicieron de la siguiente manera:

En primera medida se hizo la selección de los cineclubes descrita anteriormente y basados en lo que Funes (2003), afirma cuando habla las implicaciones educativas de las cinevidencias y dice que estas *“no eliminarían a priori ningún filme o ningún género; la intencionalidad educativa pasa por evidenciar sus formatos, ritmos, formas y contenidos. No se enclaustraría ni en cine comercial, genérico ni en filmes de autor”* por tal motivo, para los investigadores no era un objetivo intervenir con un género de películas específicamente que se proyectaran en el cineclub; más sí era importante el hecho de que ambos contextos tuvieran las mismas condiciones de investigación, se realizó el proceso dejando que cada cineclub proyectara inicialmente los primeros filmes, posterior a ello, los filmes de cada cineclub se propusieron en el cineclub contrario, siempre con el previo consentimiento de los cine clubistas que asistían constantemente y sin evidenciar el hecho de que la investigación estaba siendo hecha de manera

simultánea en otro cineclub y además sin mencionar que las películas que ellos habrían proyectado naturalmente en su espacio, estaban siendo vistas y discutidas por otro cineclub con las mismas condiciones, ni viceversa; el hecho de que los cine clubistas accedieran a proyectar estas películas se dio por la clase de películas que eran; distintas a las netamente comerciales que son proyectadas actualmente en las salas de cine; de esta manera nos enmarcamos en el rigor que cada uno de los cineclubes tiene para el desarrollo de sus actividades, sin llegar a traer filmes de algún género o categoría cinematográfica específica.

Películas proyectadas en los cineclubes

Miedo y asco en las Vegas.



Sinopsis. Un periodista y un misterioso abogado que viajan en un descapotable rojo se dirigen, a través del desierto, a Las Vegas. El maletero del coche es una auténtica farmacia: dos bolsas de marihuana, 75 pastillas de mescalina, 5 hojas de ácidos y muchas otras drogas.

Director. Terry Gilliam

Género. Comedia Negra

Año. 1998

Perros de reserva (Reservoir dogs).



Sinopsis. Una banda organizada es contratada para atracar una empresa y llevarse unos diamantes. Sin embargo, antes de que suene la alarma, la policía ya está allí. Algunos miembros de la banda mueren en el enfrentamiento con las fuerzas del orden, y los demás se reúnen en el lugar convenido.

Director. Quentin Tarantino

Género. Suspense

Año. 1992

De tu ventana a la mía.



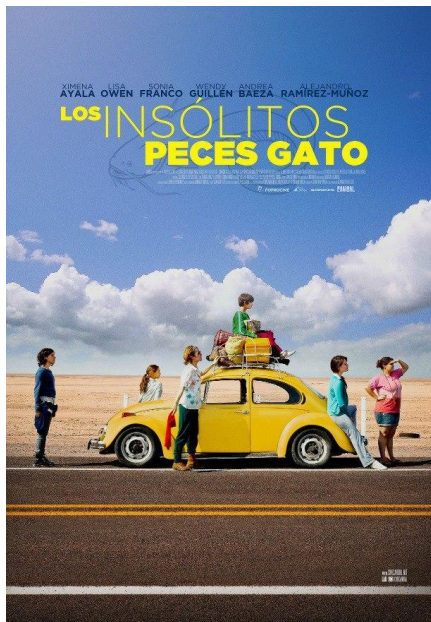
Sinopsis. Tres mujeres, de edades y épocas distintas, que han fracasado en el amor, tienen que afrontar la vida en un ambiente cerrado y hostil. Son mujeres que no pudieron elegir su camino y tuvieron que vivir una vida soñada, imaginada, recordada, cosiendo junto a su ventana.

Director. Paula Ortiz

Género. Drama

Año. 2012

Los insólitos peces gato.



Sinopsis. Claudia, joven solitaria que trabaja en un supermercado, termina en urgencias con apendicitis. Ahí conoce a Martha, la mujer de la cama de a lado, quien vive con sus hijos. Martha invita a Claudia a su casa y se vuelven amigas. Cuando Claudia descubre que la salud de Martha se agrava, comienza a crear una conexión con sus hijos.

Director. Claudia Santie-Luce

Género. Drama - Comedia

Año. 2013

Prueba piloto

Después de haber identificado los cineclubes que se enmarcaban más en las características del proyecto de investigación, se llevó a cabo una prueba piloto con el fin de analizar si era pertinente llevar a cabo el proyecto en estos contextos (desde lo metodológico y desde la aceptación del mismo por parte de los participantes) De esta manera se hizo una primera aplicación de los instrumentos diseñados para identificar la población que asistía a dichos cineclubes e identificar las dinámicas que se evidenciaban en estos; de esta manera se pusieron a prueba los dos instrumentos de recolección principales: el formulario diagnóstico y el grupo de discusión.

En cuanto al formulario diagnóstico, la prueba piloto nos dio cuenta de mejoras a realizar en cuanto a la redacción de las preguntas para los sujetos de investigación; en cuanto al grupo de discusión hubo un cambio a grandes rasgos, ya que no era posible llevar a cabo la cantidad de

preguntas que habían sido planteadas inicialmente, debido al tiempo dispuesto por los participantes y dinámica del desarrollo del grupo de discusión. Por lo cual, se replantearon las preguntas y se sintetizaron en 10 preguntas realizadas en cada uno de los encuentros para dinamizar la discusión.

Métodos e instrumentos de recolección de datos

Formulario diagnóstico.

Este instrumento consta de 14 preguntas de selección múltiple con única respuesta, fue utilizado en el comienzo de las actividades de investigación; principalmente para hacer una caracterización general de los sujetos de investigación participantes en la misma; se abordaron aspectos que apuntaban a indagar las mediaciones; desde lo individual, lo colectivo y el medio cinematográfico, llevándonos a encontrar características de los sujetos de investigación.

Este instrumento está encaminado a ser soporte en la interpretación de las mediaciones, puesto que mediante el grupo de discusión no nos dirigíamos a indagar estas categorías y las observaciones de los investigadores no eran herramientas suficientes para caracterizar aspectos puntuales de los sujetos de investigación y sus relaciones con el medio (Cine) en distintos contextos, se realizó este instrumento que arroja algunos datos cuantitativos los cuales no explican, más sí soportan las informaciones cualitativas a desarrollar; vale resaltar además, que el instrumento fue aplicado una única vez a cada participante de la investigación y desde el primero al último encuentro tuvimos uno u otro participante nuevo en los grupos de discusión; por lo tanto cada encuentro se aplicó el instrumento, por lo menos a un sujeto de investigación.

[\(Anexo 1\)](#)

Resultados generales formulario diagnóstico
([Anexo 2](#))

Entrevista estructurada.

Esta entrevista fue realizada a dos personas, que fueron mediadoras entre el Cineclub y los investigadores por sus características de liderazgo dentro de estas poblaciones; por lo cual mediante este instrumento, entramos a recolectar información con la que se caracteriza la población del cineclub como colectivo; indagando sus formas de organización, sus labores como equipo de trabajo, los impactos, la importancia de su labor en la sociedad, entre otras. ([Anexo 3](#))

Grupo de discusión.

En primera medida debemos afirmar que este es el instrumento principal de recolección y análisis cualitativo, el cual hace parte de todo el proceso de investigación. Podemos mencionar a Parelló (2009) cuando dice: *“el grupo de discusión, como técnica cualitativa, se basa en la idea general de conceder participación al objeto de análisis. Esta participación permite al investigador social averiguar la estructura discursiva sobre la que se asienta la realidad social”* diciendo además sobre esta técnica que, *“constituye una situación experimental abierta, adecuada para una producción discursiva relativamente espontánea y escasamente influida por las opiniones a priori del investigador”* (2009). En tal sentido, la indagación en cada cineclub fue realizada mediante cuatro grupos de discusión, siendo un total de 8 encuentros. En cada uno de estos encuentros se utilizaron 10 preguntas guía que encaminaban las discusiones a conversar en relación a las 5 subcategorías (dimensiones) de la Cinevidencia; en este sentido logramos recopilar la información fundamental que abarca la discusión teórica de la Cinevidencia y

algunos aspectos de las mediaciones que no fueron previstos en el diseño del instrumento, pero surgieron a la hora del análisis.

Diseño del instrumento.

Teniendo en cuenta a Perelló, la construcción del grupo de discusión tuvo las siguientes fases:

Elección del tema y consecución de objetivos.

(Tema y objetivos de la presente investigación).

Guión de preguntas para grupo de discusión.

Dimensión frutiva.

¿Qué experimentó al ver la película?

¿Qué fue lo que más le gustó de la película?

Dimensión sociocultural.

¿Qué tipo de sociedad se muestra en la película?

¿Qué posición tiene usted frente a la idea de sociedad que hay en la película?

Dimensión comunicativa.

¿Qué mensaje cree que transmite la película?

¿Qué le parece la forma de narrar del director?

Dimensión comercial.

¿Creen que la película se hizo más como una obra de arte o como un producto para vender?

¿Cree que el dinero usado en una película es justificable o se podría utilizar para una producción artística diferente?

Dimensión artística.

¿Conoce expresiones artísticas que se den en el país o en el mundo que se puedan relacionar con la película? ¿Cuáles?

¿Encuentra algún hecho o elemento de la película que haya sido parte de la historia humana?

Delimitación de tiempo y espacio.

Este instrumento fue aplicado a un grupo mínimo de 10 integrantes en cada cineclub, fue ejecutado en el tiempo posterior a la proyección de la película (19:00-21:00 hrs) los días sábados desde las 21:00 en los municipios de Pereira y Santa Rosa de Cabal lugares donde se desarrollan las actividades de los cineclubes.

Selección del grupo.

Los grupos de discusión fueron conformados por sujetos pertenecientes a las siguientes áreas de conocimiento: humanidades/ciencias sociales, ciencias exactas/económicas, ciencias de la comunicación o carreras afines con las líneas antes mencionadas y que además cumplieran las características antes descritas.

Contactador/Observador.

Conrado de Jesús Barrera Henao.

Moderadoras.

Daniela Alejandra Hincapié Hoyos. Daniela Rojas Rojas.

Estructuración del modelo de análisis

El presente esquema de análisis está encaminado a ser base del procedimiento a seguir para la respuesta de nuestra pregunta de investigación; en donde se aborda el cine como medio de comunicación que llega al contexto de un cineclub; allí las características del proceso de Cinevidencia van evidenciándose y dan vía para la explicación desde las 5 dimensiones (Fruitiva, Artística, Sociocultural, Comercial, Comunicativa) y 3 mediaciones (Individual, Colectiva, Medio) indagadas; con las interpretaciones se llega a caracterizar la recepción como experiencia estética, forma de comunicación social y/o práctica de consumo cultural, para finalmente dar respuesta a la caracterización de las Cinevidencias.

Figura 1. Estructuración del modelo de análisis

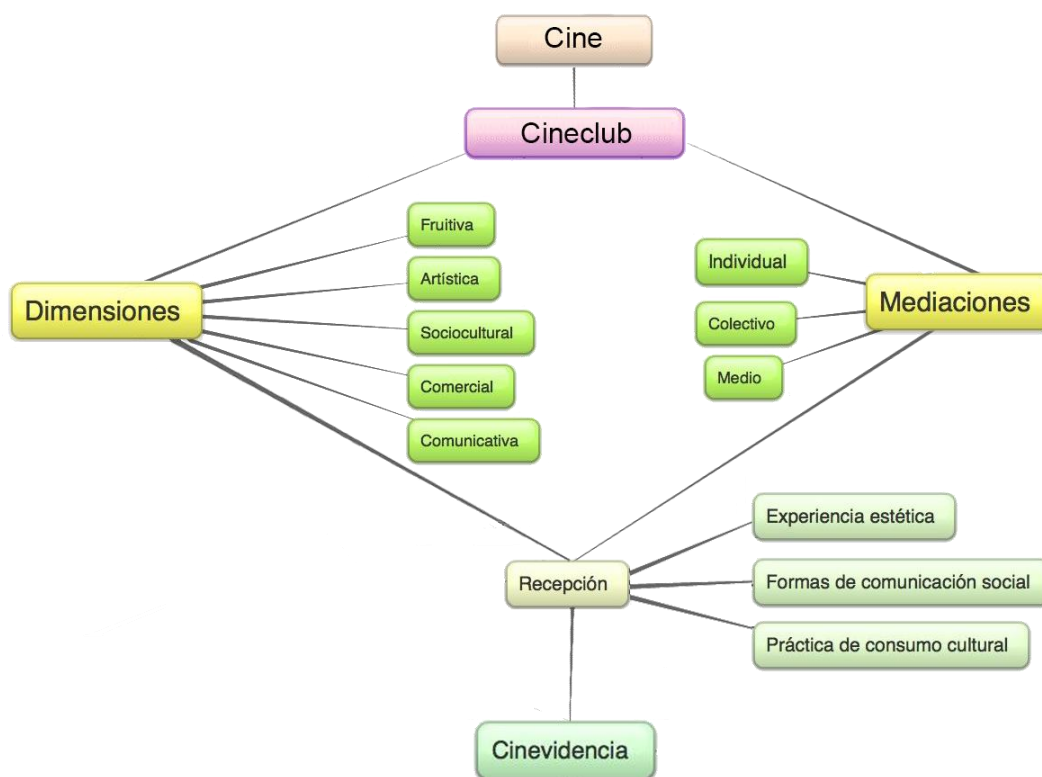


Figura 1. Esquema del modelo de análisis.

Técnica de análisis

Para entender lo que se conoce como técnica de análisis de investigación vale resaltar lo que menciona García, Ibáñez y Alvira (1986): “*El análisis de contenido es una técnica de investigación [que se utiliza] para hacer inferencias reproducibles y válidas de los datos al contexto de las mismas*”; en este sentido, se pretende usar la técnica de análisis de contenido para lograr identificar las diferentes derivaciones de las interpretaciones que los espectadores tienen en el proceso de la cinevidencia cuando se encuentran en el contexto de un cineclub.

Secuencia de análisis e interpretación de un grupo de discusión

En los estudios de las cogniciones sociales, se han llevado a cabo a través de los tiempos diferentes metodologías para estudiar este comportamiento en el accionar de la humanidad, así mismo, traemos a colación el llamado ‘Grupo de discusión’, ya que con este se pretende indagar en las formas de pensar, de ver y de interpretar del cinevidente en el momento de encontrarse en el contexto del cineclub, para el cual es necesario entender el grupo de discusión como una “*estrategia adecuada de recolección de información para el estudio de las cogniciones sociales*” (Pérez y Víquez, 2009-2010). Se realizó el registro de las conversaciones y de la actividad cotidiana de las personas o grupos de discusión.

Análisis de la información recopilada

Para el análisis de la información que arrojaron los grupos de discusión, se utilizó la técnica de análisis de contenido se llevó a cabo el siguiente proceso.

1. En primera medida, se realizó la transcripción de los grupos de discusión de cada uno de los cineclubes. Para el cineclub ‘Veinticuatro Cuadros por Segundo’ se tuvo un total de 4 grupos de discusión con una duración promedio de 25 minutos por grupo. En el caso de cineclub ‘La Caja’ se tuvo un total de 4 grupos de discusión con una duración promedio de 45 minutos cada grupo.

2. El segundo paso a seguir fue la primera agrupación de la información, seleccionando las palabras que tuvieron más repetición en cada cineclub; esto se llevó a cabo mediante el software de investigación NVivo, el cual hizo automáticamente el primer paso de agrupación de las unidades de análisis con sus respectivas unidades de contexto.

Ejemplo primera agrupación

Figura 2. Ejemplo de agrupación

Internals\Caja 01 Corregido - § 22 references coded [0.42% Coverage]
 Reference 1 - 0.02% Coverage
película de los personajes, yo creo que amaba a cada uno
 Reference 2 - 0.02% Coverage
gusta mucho ambos personajes y creo que logra totalmente lo que
 Reference 3 - 0.02% Coverage
fuertes me encanta eso, porque creo que lo logra y toda
 Reference 4 - 0.02% Coverage
la locura de Rusi yo creo que todos esos elementos los
 Reference 5 - 0.02% Coverage
esas dos morales y yo creo que prácticamente la sociedad estadounidense

Figura 2. Agrupación de palabras desde el programa Nvivo.

3. Posterior a ello se realizó un primer filtro y análisis de la información, en donde, a partir de las unidades de análisis que nos agrupó el programa antes mencionado; se comenzó a clasificar la información en cada una de las subcategorías; para ello se utilizó un formato de fichero en donde se incluyó lo siguiente: Código de fichero (número de unidad de análisis - número de unidad de contexto- nombre unidad de análisis)/fuente de la Información (Cineclub)/ categoría (las antes mencionadas)/Pregunta Referencial (antes mencionada)/Nombre del realizador/Unidad de contexto/Relación de unidad de análisis y unidad de contexto /Notas: relaciones teóricas desde la relación unidad de análisis y unidad de contexto/Análisis de cineclub como contexto de educación informal (si se diera para analizar).

Ejemplo de formato de fichero

Figura 3. Ejemplo de fichero

Código: 009-09 Palabra: Creo	Fuente: Cineclub de "La Caja"	Fecha: 14 de Octubre	Categoría: Cinevidencias Fruitiva/Comercial/Comunicativa/Sociocultural/Artística	Categoría: Mediaciones Individual/Colectiva/delMedio	Cineclub - contexto de educación informal
Pregunta referencial: ¿Es posible caracterizar las Cinevidencias que se dan en los procesos de Recepción de Cine por parte de jóvenes entre 18 y 25 años en los contextos de los cineclubes 'La Caja' y ' Cinestudio Veinticuatro Cuadros por Segundo' de las ciudades de Pereira y Santa Rosa de Cabal?					
Realizador: Daniela Alejandra Hincapié Hoyos					
Unidad de análisis: frases o palabras que indican o se refieren a la categoría sobre la que se está indagando	Creo				
Unidad de contexto: donde se encuentra la unidad de análisis en la frase o palabra a la que se hace mención.	plano de la subjetividad, yo creo que el trabajo de sonido				
Relación de unidad de análisis y la unidad de contexto	El espectador está interpretando el medio desde su estructura técnica				
Notas: se refieren a asuntos que yo identifiqué desde el punto de vista teórico o de análisis inicial de lo que me proporciona esa información.	Aunque es una interpretación de la estructura técnica, el espectador trasciende a afirmar y ser consciente de la subjetividad presente en la interpretación de lo técnico, lo cual lo vuelve un proceso metacognitivo y no netamente estético				metacognición
Notas del investigador:					

Figura 3. Formato de ficheros para palabras.

De esta manera se llegó a un análisis de 508 unidades de contexto en el cineclub ‘Cinestudio Veinticuatro Cuadros por Segundo’ y de 578 unidades de contexto en el cineclub ‘La Caja’. Para un total de 1086 unidades analizadas en ambos cineclubes.

4. Posteriormente se entró a hacer la reagrupación de las unidades de análisis de cada cineclub por sub categorías, generando junto a las unidades de contexto, los conceptos desde los que se va a explicar el proceso de Cinevidencia en cada uno de ellos. Dando los siguientes resultados:

Agrupación y conceptos emergentes cineclub Cinestudio Veinticuatro cuadros por segundo
Dimensión fruitiva

Tabla 1

Unidades de análisis del cineclub Cinestudio Veinticuatro Cuadros por Segundo - Dimensión fruitiva.

Cineclub: Cinestudio Veinticuatro Cuadros por Segundo		Categoría: Cinevidencias/Subcategoría: Dimensión fruitiva	
Código de ficha	Unidades de análisis	Unidades de significados identificadas	Unidad de significado global
001-09	Algo	Me salí/Era maluco	Afinidad
002-03	Alguien	Familia/Acogida	
002-04	Alguien	Amistad/Decepcionar	
016-03	Hasta	Tensionante/retiró del filme	
031-02	Siempre	Cenizas/Temor	
035-01	Tiene	Drama, personas	

035-02	Tiene	Familia	
061-06	Parece	Sensación, drogas	
062-24	Película	Sensación, drogas	
067-01	Tenga	Reflexión	
069-01	Tienen	Reflexión	
092-01	Esto	Temor/Ceniza	
064-02	Señora	Vida, cáncer, reflexión	
082-02	Cada	Vivencia	
088-01	Enfermedad	Asimilar/Ser cercano	
088-02	Enfermedad	Difícil/Convivir	
093-03	Familia	Enfermedad/Dependencia/Identifica	
097-02	Inclusive	Prima/Acontencimiento personal	
093-08	Familia	Encuentra en los amigos	
107-01	Solo	Buscar al otro	
093-06	Familia	Mensaje/familia importante	
077-05	Bastante	Tediosa	
001-06	Algo	Calmado/Distinto	Empatía
002-01	Alguien	Llorar/Preocupación	
011-02	Estaban	tristeza/del personaje	
013-03	Forma	tristeza por modo de vida	
015-02	Gustó	Corte de oreja	
017-04	Igual	Sensación del personaje/drogado	
027-02	Personajes	Encariñarse con	

031-05	Siempre	apariciencia personaje/recuerdo fuerte	
050-01	Había	Calma, Hablar	
054-13	Historia	Drama, personajes	
054-14	Historia	Condiciones, sentimientos	
082-09	Cada	Fuertes/en Situaciones	
097-05	Inclusive	Encariñarse	
101-02	Muestra	Vida gris	
112-02	Persona	Rotas	
076-02	Años	Preocupación/Personaje	
087-08	Donde	Película donde se Lastiman	
100-01	Momento	Relación con el personaje	
078-01	Bebé	Felicidad	
004-05	Cómo	historia diferente	Entretenimiento
031-06	Siempre	Diálogos/tensionantes	
085-03	Dentro	Narrativa	
098-01	Interesante	Narrativa	
006-04	Cuenta	Reacción	
010-01	Escena	Transmite	
010-02	Escena	Bonita	
010-03	Escena	Chévere	
010-05	Escena	Gusto	
010-08	Escena	Aterró	
012-04	Final	Sensaciones	

015-01	Gustó	Impresionante
015-03	Gustó	Historia falsa
015-04	Gustó	Escena/Dos sentimientos
015-05	Gustó	Diálogos
024-01	Pareció	Escena/Chévere
024-02	Pareció	diálogo/bonito
024-04	Pareció	Escena/impresionante
025-05	Parte	Tediosa
028-06	Puede	Las Vegas/Genial
035-06	Tiene	Conexión, disgusto
043-05	Creo	Atención, fenómeno
045-07	Droga	Emoción, natural
047-01	Estaba	Mundo, sensación
054-04	Historia	Sentimientos
054-05	Historia	Gusto, recreación
054-07	Historia	Contar
062-01	Película	Gusto, película
062-10	Película	Experimentar
062-12	Película	Gusto, película
062-14	Película	Gusto, película
062-15	Película	Gusto, cine club
062-20	Película	Emoción
062-30	Película	Nombre filme

063-02	Película	Sentimientos
070-03	Tipo	Emoción
074-01	Alguna	Película, Intensidad
077-03	Bastante	Impresionante
080-01	Bonito	Conexión
080-02	Bonito	Diálogo
080-03	Bonito	Diálogo
083-01	Chévere	Parecer
083-03	Chévere	Bailaba
083-04	Chévere	Escena, Baño
084-03	Cine	Gusto
091-02	Este	Alegría
100-02	Momento	Tensionante
103-02	Mundo	Impresión
105-01	Transmite	Emoción
105-02	Transmite	Emoción
111-02	Nunca	Sorpresa
112-04	Persona	Sensación
079-09	Bien	Estado de ánimo
083-02	Chévere	Gusto/Película
059-01	Manera	Intensidad, película

De las 508 respuestas obtenidas en los 4 grupos de discusión del Cineclub Cinestudio Veinticuatro Cuadros por Segundo, 96 pertenecen a la subcategoría: Dimensión Fruitiva representando esta dimensión un 18,9% del análisis total, la cual se desarrolla aquí en tres aspectos: el primero es la **afinidad** teniendo un 4,3% de participación en el análisis general con 22 respuestas las cuales se refieren a las experiencias que el espectador encuentra en la semejanza, analogía que hace el entre su vida y la vida mostrada en pantalla; en segunda instancia tenemos la participación del **entretenimiento** con un 10,8% teniendo 55 de las respuestas totales analizadas y haciendo referencia al placer, al goce y disfrute neto del filme por parte del espectador, sin que este vaya más allá del hecho de estar frente a una historia en pantalla, ni se adentre a evaluar el aspecto técnico específico del mismo; por último en esta dimensión fruitiva encontramos el aspecto del disfrute por **empatía**, la cual está representada con 19 respuestas que representan un 3,7% del total de respuestas analizadas, nos encamina a caracterizar el disfrute de esta Cinevidencia en el sentimiento de relación afectiva que experimenta el espectador por la realidad que está afectando al personaje o al contexto social de la narrativa fílmica.

Dimensión comercial

Tabla 2

Unidades de análisis del cineclub Cinestudio Veinticuatro Cuadros por Segundo - Dimensión comercial.

Cineclub: Cinestudio Veinticuatro Cuadros por Segundo		Categoría: Cinevidencias/Subcategoría: Dimensión comercial	
Código de ficha	Unidades de análisis	Unidades de significados identificadas	Unidades de significado global
003-02	Arte	Cotidiano/no vendible	Industria cultural
001-02	Algo	Vender	
032-01	Sobre	Necesidad/más industria de cine en Colombia	
052-02	Hace	Descuentos, cine	
062-19	Película	Comercial, filme	
062-32	Película	Artística	
063-01	Podría	Realización, teatro	
081-01	Bueno	Industria	
085-04	Dentro	Consumir, capital	
092-04	Esto	Venden, Países	
094-03	Hacer	Monto	
043-02	Creo	Marcas, contexto	

043-10	Creo	Producto, hecho	
043-10	Creo	Producto, hecho	
052-03	Hace	Película, comercial	
007-01	Dice	Mala inversión	Satisfacción
043-08	Creo	Mala, gastados	
043-09	Creo	Cuánta, barata	
059-05	Manera	Pérdida, película	
079-07	Bien	Inversión	
084-05	Cine	Dinero invertido	
087-02	Donde	Mala inversión	
106-01	Plata	Mal invertida	
106-02	Plata	bien invertida	
006-05	Cuenta	Economía/personaje	
008-06	Diferente	Vida/condiciones económicas	
016-01	Hasta	Alimentarse/condición económica	
016-02	Hasta	Carro/Condición económica	
050-02	Había	Civil, armada	

De las 508 respuestas obtenidas en los 4 grupos de discusión del Cineclub Cinestudio Veinticuatro Cuadros por Segundo, 29 pertenecen a la subcategoría: Dimensión Comercial, representando esta dimensión un 5,7% del total analizado, la cual se desarrolla aquí en tres aspectos: el primero es la **industria cultural** teniendo un 3% de participación en el análisis general con 15 respuestas el cual se refiere al análisis del cine desde una mirada comercial, la producción masificada del mismo y todos los aspectos que esto

conlleva; en segunda instancia tenemos la participación del aspecto de **satisfacción** con un 1,8% entre las respuestas del cineclub este aspecto se refiere a cómo es o no satisfactorio el resultado cinematográfico; por último en esta dimensión comercial encontramos la discusión de lo comercial en el aspecto de las **condiciones materiales**, el cual está representado con 5 respuestas un 1% del total de respuestas analizadas, nos lleva a detectar un análisis que hace el espectador de la vida y los contextos económicos de los personajes y/o del contexto que muestra el filme.

Dimensión comunicativa

Tabla 3

Unidades de análisis del cineclub Cinestudio Veinticuatro Cuadros por Segundo - Dimensión comunicativa.

Cineclub: Cinestudio Veinticuatro Cuadros por Segundo		Categoría: Cinevidencias/Subcategoría: Dimensión comunicativa	
Código de ficha	Unidades de análisis	Unidades de significados identificadas	Unidad de significado global
045-01	Droga	Traficar, controlar	Narrativa
051-03	Había	Proceso, paz	
001-05	Algo	Distinto en la escena	
004-03	Cómo	Muerte paradójica	
008-03	Diferente	Forma/hacer cine	

010-06	Escena	Violencia
010-07	Escena	Psicodélica
012-05	Final	Guión/Película
014-02	Fuerte	Símbolo/diálogo
014-05	Fuerte	Falta un mejor diálogo
017-05	Igual	Linealidad
018-01	lado	dejar/personaje
020-03	Llega	Personaje/cuenta Microdramas
022-02	Muestran	Metamorfosis mariposa/metáfora
026-04	Pasa	Película fragmentada
031-03	Siempre	Enfermedad terminal/mar
054-06	Historia	Desarrollo, enfoque
054-08	Historia	Manejo, desarrollo
054-09	Historia	Felicidad, narrativa
056-02	Incluso	Escenas/Violencia
059-03	Manera	Contrastan filme
059-04	Manera	Trayecto, película
062-03	Película	Cotidianidad, película
062-04	Película	Percepción, película
062-18	Película	Narrativa, película
062-27	Película	Cine, linealidad
067-02	Tenga	Psicodélico
068-01	Tiempo	Mujer, metamorfosis

068-05	Tiempo	Linealidad, estabilidad	
072-03	Ahora	sinistra	
075-03	Allá	Melodía	
075-04	Allá	Personaje/lugar	
075-08	Allá	Personaje/acción	
075-10	Allá	Personaje/acción	
075-11	Allá	Personaje/diálogo	
075-12	Allá	predominan/personajes	
075-13	Allá	acción/personaje	
046-05	Esta	Película, artística	
079-08	Bien	Narración	
084-01	Cine	Diálogos/Aficionado	
062-31	Película	Fragmentada	
102-03	Mujer	Gusano/Metáfora	
012-01	Final	Interpretación-Predicción	Indicios
017-01	Igual	Indicio en película	
025-03	Parte	Indicios	
061-03	Parece	Indicio	
066-01	Tener	Final, película	
086-01	Desde	Principio sabes qué pasará	
052-01	Hace	Cotidianidad, película	Argumento
004-01	Cómo	Se hizo el filme/pregunta	
006-02	Cuenta	Drama	

019-03	Libertad	Temática/Justicia
021-01	Mensaje	Transmite/publicidad
021-03	Mensaje	Admiración
021-04	Mensaje	liberación/mujer
022-03	Muestran	Violencia
029-01	Realidad	Para mostrar
029-03	Realidad	Confusión
042-01	Creen	Libertades, cuentos
043-06	Creo	Enfermedad, mensaje
043-07	Creo	Sobrevivir, mensaje
046-03	Esta	Percepción, locura
053-02	Haya	Inquisidora, autoritaria
059-02	Manera	Traficar, drogas
060-01	Nada	no hay conexión con mensaje
062-07	Película	Drama, filme
062-08	Película	Final, muerte
062-23	Película	Tema, ideas
062-28	Película	Guión
062-29	Película	Términos, siniestra
063-03	Podría	Psicodélico
065-01	Tema	Tema
065-02	Temas	Proceso, paz, temática
072-01	Ahora	Diálogo personaje

072-02	Ahora	Paranoia, teléfono	
074-04	Alguna	Enfermedad/trafican	
076-01	Años	Pasar/da cuenta	
090-03	Estar	Mamá	
093-05	Familia	Fuera de realidad/VIH	
095-02	Hecho	tener Religión	
074-03	Alguna	amistad/Preocupación	
079-06	Bien	Argumento	
025-05	Parte	Lógicas	
001-01	Algo	Parecido	
004-02	Cómo	Características/Personajes	
006-03	Cuenta	Personaje/Microdramas	
008-04	Diferente	Visiones/Personajes	
008-05	Diferente	Decisión/personaje	
011-03	Estaban	Locos/estado de los Personajes	
011-04	Estaban	Temor/sentimiento del personaje	
011-05	Estaban	Sentimiento del personaje/drogado	
012-02	Final	Decisión/del personaje	
012-06	Final	Diálogo/Personaje	
020-01	Llega	Personaje Logra/lucha	
020-01 (2)	Llega	Personaje ayuda	
021-02	Mensaje	Familia/mamá personaje	
029-02	Realidad	Deseo del personaje	

034-01	Tenía	contextos/personajes	
038-02	Vida	Personajes/alejados	
102-04	Mujer	Abuso carnal	
043-04	Creo	Marcado, personajes	
094-01	Hacer	robo/Babosos/Fracasan	
043-04	Creo	Marcado, personajes	

De las 508 respuestas obtenidas en los 4 grupos de discusión realizados en el Cineclub Cinestudio Veinticuatro Cuadros por Segundo, 103 pertenecen a la subcategoría: Dimensión Comunicativa, representando esta dimensión un 20,3% del total analizado, la cual se desarrolla aquí en tres aspectos: el primero es la **narrativa** teniendo un 8,3% de participación en el análisis general con 42 respuestas y refiere a los componentes que el espectador analiza en la construcción del significado del filme; a los sucesos que el mismo detecta y enmarca dentro de la estructura general; en segunda medida se explica la dimensión comunicativa desde los **indicios** que el espectador encuentra; los cuales están representados en un 1,2% del análisis general y con 6 respuestas evidencia los aspectos que el espectador expresa haber previsto en el mensaje; en tercera medida, la dimensión comunicativa fue evidenciada en los espectadores desde el **argumento**, acá vemos con 35 respuestas una representación del 6,9% del análisis total y nos enmarca en el análisis que el espectador hace de las ideas, temáticas y trasfondo de las historias y el mensaje cinematográfico; finalmente, nos encontramos con la **articulación de significado (personaje)** desde el ámbito comunicativo, representado con 20 respuestas por un 3,9%, nos da cuenta de cómo estos espectadores están destacando las actitudes de los personajes dentro de la manera de llevar el mensaje.

Dimensión sociocultural

Tabla 4

Unidades de análisis del cineclub Cinestudio Veinticuatro Cuadros por Segundo - Dimensión sociocultural.

Cineclub: Cinestudio Veinticuatro Cuadros por Segundo		Categoría: Cinevidencias/Subcategoría: Dimensión sociocultural	
Código de ficha	Unidades de análisis	Unidades de significados identificadas	Unidad de significado global
004-08	Cómo	Viven personajes	Estereotipos sociales
013-01	Forma	Niño/Personalidad	
022-04	Muestran	Fuerza/sobreponerse	
027-01	Personajes	Contextos distintos	
028-01	Puede	asimilar/enfermedad	
031-01	Siempre	Niña vanidosa/deseos	
031-04	Siempre	Persona/trabaja más	
033-01	Sociedad	Prototipo/Discotecas	
035-03	Tiene	Asociarse, humanos	
038-03	Vida	Estilo de vida	
040-01	Casa	Realidad, familia	
040-02	Casa	Comodidad	
042-02	Creen	Momentos, piensan	

043-12	Creo	Historias, felicidad
048-01	Grande	Adolescentes, evidenciar
079-04	Bien	Recibir/familia
082-01	Cada	Niño es diferente
082-08	Cada	Sobreponen
085-05	Dentro	Entran a la droga, al Consumismo
088-03	Enfermedad	Sobrepone enfermedad
090-01	Estar	Fiestas
090-02	Estar	Prototipo social
091-01	Este	Personaje loco
093-07	Familia	Encontrar
101-03	Muestra	Esposo, perdió/Símbolo
104-01	Tres	Contextos
109-01	Niña	Vanidosa
109-02	Niña	Grande
112-03	Persona	Abiertas
052-05	Hace	Gente, en la realidad
054-01	Historia	Parte, personas
058-01	Mamá	Hablar, tranquilidad
062-21	Película	Mundo, lograban personajes
064-01	Señora	Historia, personaje
073-01	Algún	deseo personaje

077-01	Bastante	Muy humano/Interesante	
079-01	Bien	mamá saber contextos	
079-02	Bien	Vivían bien	
024-03	Pareció	Conexión personajes/bonita	
034-02	Tenía	Perfil del personaje en contexto del espectador	
038-06	Vida	Económica, felicidad	
033-04	Sociedad	Consumista	
033-04 (2)	Sociedad	Drogas	
045-04	Droga	Sociedad, permeabilizada	
045-05	Droga	Problema, drogas	
048-02	Grande	Población, VIH	
101-04	Muestra	violencia mujer	
055-10	Hombre	causa de Detrimiento	
056-03	incluso	Permeabilizar, drogas	
061-02	Parece	Humanismo	
066-04	Tener	Sentidos, drogas	
070-04	Tipo	Mostrar, sociedad drogadicta	
074-02	Alguna	enfermedad/Trafican	
004-06	Cómo	Violencia mujer/túnel	
041-01	Contexto	Humanismo	
045-03	Droga	Red social/droga	
055-03	Hombre	Rol Mujer parir	

005-01	Creencias	Estructura	
005-02	Creencias	Cambiado	
005-03	Creencias	Sistema	
005-06	Creencias	Cambiado	
026-02	Pasa	Micromundos	
027-04	Personajes	Micromundos/relaciones	
028-07	Puede	Contectar/patriotismos	
030-02	Sido	Sistema de creencias	
031-07 (2)	Siempre	Mujer segundo plano	
041-03	Contexto	Político, histórico	
082-05	Cada	micromundo/familia	
087-05	Donde	Matriarcales, mujer	
096-02	Hizo	Mostrar una Realidad	
099-01	Mismo	Prototipo de sociedad	
101-01	Muestra	Micromundo	
057-01	Luego	mujeres antes Gobernaban	
071-01	Usted	Culturas, matriarcales	
055-09	Hombre	Sistema	
092-02	Esto	Jóvenes/Dependencia familiar	
008-01	Diferente	Familia	
008-02	Diferente	Familia/personajes	
027-01 (2)	Personajes	Familia/diferentes	
055-01	Hombre	Hogar, responsabilidad	

055-02	Hombre	Hogar, responsabilidad	
082-04	Cada	pendiente del otro/familia	
087-01	Donde	Cultural, Familia	
093-01	Familia	Diferente	
093-02	Familia	Latinoamericanas, Americanas, Europeas	
093-04	Familia	Parte	
061-01	Parece	Familia	
001-03	Algo	Unión/familia	
001-11	Algo	Justicia y libertad/Pedir	Ideología
004-04	Cómo	Justicia/Contravía	
005-04	Creencias	Manipuladas	
005-05	Creencias	Hombre	
005-07	Creencias	Propias	
005-08	Creencias	Teocéntricas	
014-01	Fuerte	Símbolo/Ella	
016-04	Hasta	Antropología/mando	
017-03	Igual	Mujer/relaciones de poder	
019-01	Libertad	Creencia/premisa de vida	
019-02	Libertad	Defenderla/no robarla	
023-01	Obra	Debate/machismo	
028-03	Puede	Nadie robar/libertad	
028-04	Puede	Hombres feministas	

030-03	Sido	Mujer/gobernado	
031-07	Siempre	Hombre manipula creencias	
051-01	Hablando	Justicia y libertad	
055-07	Hombre	Feminismo	
085-01	Dentro	lucha Libertad	
085-02	Dentro	mujer toma batuta/sociedad	
087-03	Donde	Mujer	
089-03	Están	Lógicas, construyendo	
100-03	Momento	Creencias	
111-01	Nunca	Espera del Policía	
054-11	Historia	Creencias	
055-11	Hombre	Creencias	
056-01	Incluso	Liberación	
066-02	Tener	Creencias	
055-06	Hombre	abierto al Cambio	
055-08	Hombre	Religión, cambio	
017-02	Igual	lesbianismo/ambiente pesado	
033-05	Sociedad	Desbaratada por drogas	
101-05	Muestra	Sociedad desbaratada	
102-01	Mujer	Símbolo sexual	
094-05	Hacer	Grande/Desorden	
038-04	Vida	Soledad, convivir	Vivencias
001-12	Algo	Muere/nace	

001-04	Algo	Violencia
002-02	Alguien	Para convivir
004-07	Cómo	Sobreponerse
026-03	Pasa	Cotidiano/facebook
038-01	Vida	Difícil, momento
038-05	Vida	Abuso, vivir
039-01	Cáncer	Caso, familia
082-03	Cada	persona tiene dramas
104-02	Tres	Estilo económico
108-01	Tenían	Alimentar
102-05	Mujer	Salir Adelante
079-03	Bien	Está bien/Modo de vida
112-01	Persona	Asimila, enfermedad
054-02	Historia	Cotidianidad
060-02	Nada	que ver con Cotidianidad
070-01	Tipo	Traición
075-02	Allá	Ambiente pesado
076-05	Años	U. Nacional/Hecho
001-04	Algo	Falta/Compañía
020-02	Llega	Momento/diciembre/vivencia
039-02	Cáncer	Sobreponer
041-04	Contexto	Perdió, proceso
103-03	Mundo	Experiencia previa

006-06	Cuenta	EEUU	Otredad
008-06	Diferente	Normas/EEUU	
022-01	Muestran	Contextos distintos	
026-05	Pasa	Hoteles en EEUU/aquí no	
028-08	Puede	Portar armas/en EEUU	
031-09	Siempre	Aparece/bandera	
035-07	Tiene	Sociedad, Inglaterra/EEUU	
036-01	Unidos	País, bandera	
044-01	Decir	Armas, sociedad	
075-05	Allá	Gringolandia, armas	
018-02	Lado	Bacrim	
018-03	Lado	mundo/occidental	
033-02	Sociedad	Crimen organizado	
033-03	Sociedad	que conocemos	
035-08	Tiene	Repudio, colombianos	
046-01	Esta	Mostrar, realidad	
089-02	Están	Pereira	
103-01	Mundo	Propio	
097-01	Inclusive	Prevenir/Eje cafetero	
110-01	Pasó	Colombiano/Hecho	
112-05	Persona	Somos sanos	
062-09	Película	nuestro contexto social	
075-06	Allá	abuso carnal mujer	

077-02	Bastante	poblacion con VIH	
<p>De las 508 respuestas obtenidas en los 4 grupos de discusión realizados en el Cineclub Cinestudio Veinticuatro Cuadros por Segundo, 172 pertenecen a la subcategoría: Dimensión Sociocultural, representando esta dimensión un 33,9% del total analizado, el cual se desarrolla aquí en los siguientes aspectos: el primero es la realidad social, que con 14 respuestas tiene un 2,8% en el análisis del total del cineclub y se refiere a la relación de problemáticas o sucesos específicos que ocurren en la realidad del espectador, las cuales están en o son evocadas por el filme; posteriormente nos encontramos con la descripción desde la otredad, lo cual está representada por 10 respuestas las cuales son un 2% del análisis total y con la cual nos referimos a las relaciones que encuentra el espectador de situaciones en el filme con las realidades de otras sociedades; en tercera medida están las vivencias, las cuales siendo un 4,9% del análisis con 25 respuestas, dan cuenta de las relaciones que hace el individuo entre sus experiencias y las relaciones que estas tienen con la realidad del personaje o contexto fílmico; el siguiente análisis siendo un 6,9% del total con 35 respuestas, nos encamina al sentido ideológico que el sujeto da al filme, desde aspectos de su propia sociedad o la del filme propio; el concepto de familia es también concurrente en las discusiones teniendo un 2,6% dentro del análisis general con 13 respuestas y habla tanto desde el prototipo social que se tiene de esta, como de las relaciones internas de las mismas, en el filme y en la realidad del espectador; como otro punto primordial de análisis está la discusión por fenómenos y estructuras sociales, la cual tiene una concurrencia del 6,7% con 34 respuestas y se refiere a los distintos acontecimientos que han marcado tanto la sociedad representada en el filme como las sociedades que conoce y de la que hace parte el</p>			

espectador; finalmente, nos encontramos con el concepto de **estereotipos sociales**, el cual con un 8,1% y un total de 41 respuestas, nos encamina al análisis que hace el espectador de caracterización de personas, roles sociales. Este resultado viene ligado a unas características cualitativas del análisis de contenido realizado, encaminado al análisis de las Cinevidencias y Mediaciones.

Dimensión artística

Tabla 5

Unidades de análisis del cineclub Cinestudio Veinticuatro Cuadros por Segundo - Dimensión artística.

Cineclub: Cinestudio Veinticuatro Cuadros por Segundo		Categoría: Cinevidencias/Subcategoría:Dimensión artística	
Código de ficha	Unidades de análisis	Unidades de significados identificadas	Unidad de significado global
010-04	Escena	basada en época	Contextos históricos
011-01	Estaban	Persiguiendo/Guerra	
014-04	Fuerte	época/tiempo	
025-01	Parte	Historia/	
028-05	Puede	Emigrar/hecho histórico	
030-01	Parte	Historia humana	

031-08	Siempre	Americano/Guerra
043-11	Creo	Dictadura, personajes
046-04	Esta	contexto, histórico
047-02	Estaba	Historia, reclutar
049-01	Guerra	Hecho, civil
049-02	Guerra	Persecución
049-03	Guerra	Finalización, Vietnam
049-04	Guerra	Violencia
050-03	Había	Guerra, civil
050-04	Había	Guerra, violencia
052-06	Hace	Militar, EE.UU
053-01	Haya	Elemento, historia
054-10	Historia	Recorrido, países
055-04	Hombre	Participar, guerra
066-03	Tener	Contexto político/histórico
068-03	Tiempo	Movimiento, Vietnam
068-03	Tiempo	Revolución
070-02	Tipo	contexto, histórico
076-04	Años	Época
087-06	Donde	Época
095-01	Hecho	Momento
102-06	Mujer	Épocas
108-02	Tenían	Incomunicarse/modo de vida

068-04	Tiempo	Medios de Comunicación/época	
054-12	Historia	hechos históricos	
075-07	Allá	Cocinar/Mujeres	Rol de la mujer
078-02	Bebé	Liberación/Mujer	
087-04	Donde	Mujer/símbolo sexual	
102-02	Mujer	Papel	
102-07	Mujer	Anarquistas	
102-08	Mujer	Inquisidora	
102-09	Mujer	Gobernaba	
111-03	Nunca	Lucha, Poder	
003-01	Arte	Cotidiano	
003-03	Arte	Majestuosidad	
025-02	Parte	Cotidianidad	
026-01	Pasa	Familias/latinoamerica	
028-02	Puede	obra cotidiana/historia	
035-05	Tiene	Locura, droga	
041-03	Contexto	Aspectos, sociales	
055-05	Hombre	Violencia	

De las 508 respuestas obtenidas en los 4 grupos de discusión realizados en el Cineclub Cinestudio Veinticuatro Cuadros por Segundo, 47 pertenecen a la subcategoría: Dimensión artística, representando esta dimensión un 9,3% del total analizado, la cual se desarrolla aquí en tres aspectos: el primero son los **contextos históricos** teniendo un 6,1% de participación en el análisis general con 31 respuestas, el cual se refiere al análisis del

filme desde el trasfondo histórico que este abarca, los distintos elementos que caracterizan a una sociedad o una época específica que pone en desarrollo el espectador; en segunda instancia nos encontramos con el análisis que se encontró del **rol de la mujer** por parte de los espectadores, el papel histórico de la misma y los roles que ha cumplido a través de los años y las sociedades, esto evidenciado en un 1,6% conformado por un total de 8 respuestas; así mismo nos encontramos con lo artístico interpretado desde la **estética - cotidianidad** con 8 respuestas siendo esto un 1,6% del total analizado, esto desde los eventos que el individuo reconoce en su entorno y en el filme con tal característica.

Mediación individual

Tabla 6

Unidades de análisis del cineclub Cinestudio Veinticuatro Cuadros por Segundo - Mediación individual.

Cineclub: Cinestudio Veinticuatro Cuadros por Segundo		Categoría: Mediaciones/Subcategoría: Mediación individual	
Código de ficha	Unidades de análisis	Unidades de significados identificadas	Unidad de significado global
001-08	Algo	Se ve otros sitios	Aprendizajes anteriores
006-01	Cuenta	Caso real	
043-01	Creo	Enfermedades, obra	
061-04	Parece	Relación, droga	

001-10	Algo	Ley de cine	
062-11	Película	Director, filme	
092-03	Esto	Tarantino, películas	
097-04	Inclusive	Película	
099-02	Mismo	Director	
099-03	Mismo	Director, música	
087-07	Donde	Red Social	
090-04	Estar	Conocer síntomas/Drogado	
001-07	Algo	Película/Referencia	
043-03	Creo	Referencia, película	
045-06	Droga	Referencia, película	
046-02	Esta	Referencia, película	
054-03	Historia	Relación, película	
061-05	Parece	Relación, película	
062-13	Película	Referencia, película	
062-16	Película	Ejemplo, películas	
062-22	Película	Referencia, película	
062-26	Película	Referencia, película	
069-02	Tienen	Referencia, película	

Mediación colectiva

De las 508 respuestas obtenidas en los 4 grupos de discusión realizados en el Cineclub Cinestudio Veinticuatro Cuadros por Segundo, 23 pertenecen a la subcategoría: Mediación Individual, representando esta mediación un 4,5% del total analizado, la cual se desarrolla aquí en los siguientes aspectos: el primero son los **aprendizajes anteriores**, los cuales con 12 respuestas abarcan un 2,4% del análisis general y se refieren a los conocimientos que el individuo tiene sobre la construcción del filme desde distintos aspectos; además de ello nos encontramos en esta mediación con las **referencias filmicas** que el individuo reconoce y usa para relacionar e interpretar el filme; las cuales están representadas por 11 respuestas, que hacen parte del 2,2% del análisis.

Tabla 7

Unidades de análisis del cineclub Cinestudio Veinticuatro Cuadros por Segundo - Mediación colectiva.

Cineclub: Cinestudio Veinticuatro Cuadros por Segundo		Categoría: Mediaciones/Subcategoría: Mediación colectiva	
Código de ficha	Unidades de análisis	Unidades de significados identificadas	Unidad de significado global
007-02	Dice	Referente/compañero CC	Cineclub (Escenario)
084-10	Cine	Diálogos/compañero aficionado	
089-01	Están	Personas	
097-03	Inclusive	Compañera	
062-06	Película	Director, filme/estuve acá	

084-02	Cine	Cineclub	
001-13	Algo	Festival hippie	Escenarios diversos
014-03	Fuerte	Universidad/Movimiento/drogas	
045-02	Droga	Festival/locura	
<p>De las 508 respuestas obtenidas en los 4 grupos de discusión realizados en el Cineclub Cinestudio Veinticuatro Cuadros por Segundo, 9 pertenecen a la subcategoría: Mediación Colectiva, representando esta mediación un 1,8% del total analizado, la cual se desarrolla aquí en un 1,2% de los análisis y se refieren a las interacciones que los individuos evidencian extraer del cineclub (escenario), siendo este un contexto previo de interacción colectiva para interpretar el filme; en segunda medida están los escenarios diversos con 3 respuestas y un 0,6% del total analizado; y se refiere a las experiencias de colectivo social que el individuo relacionó a la hora de interpretar el filme.</p>			

Mediación del medio

Tabla 8

Unidades de análisis del cineclub Cinestudio Veinticuatro Cuadros por Segundo - Mediación del medio.

Cineclub: Cinestudio Veinticuatro Cuadros por Segundo		Categoría: Mediaciones/Subcategoría: Mediación del medio	
Código de ficha	Unidades de análisis	Unidades de significados identificadas	Unidad de significado global

009-01	Director	Referencia/otro filme	Referentes mediáticos
009-02	Director	Referencia otro filme/Aspectos técnicos	
027-06	Personaje	Actor/Jhonny Depp	
089-04	Están	medios de comunicación/Procesos de Paz	
089-05	Están	Medios de comunicación/ Miss mundo	
077-04	Bastantes	Películas Cuestionables	
084-07	Cine	Hollywoodense	
084-08	Cine	Colombiano	
081-02	Bueno	hacer Cine	
081-04	Bueno	hacer Cine	
084-04	Cine	Ver	
091-03	Este	Red social	
095-03	Hecho	Red Social	
029-04	Realidad	Tantas películas	
072-04	Ahora	GIF, ver	
084-09	Cine	Hollywoodense, Europa	
013-04	Forma	Tiempos/Aspecto técnico	
090-05	Estar	Conectado para entenderla	
094-02	Hacer	Forma de Cine	
062-05	Película	Enfermedad, filmes	
084-11	Cine	Psicodélico	
096-01	Hizo	Obra/Arte	

082-07	Cada	Malo/Repetitivo en narrativa	
112-06	Persona	actuación natural/Encintarse	
052-04	Hace	Tiempos	
062-25	Película	Locación características	
032-03	Sobre	Temporalidad/filme	Recurso técnico
051-02	Había	Movimientos, Técnica	
094-04	Hacer	Tratar	
062-02	Palícula	Making of/como se hizo	
075-01	Allá	Necesidad/Making of	
062-17	Película	Realización, locación	
013-02	Forma	narración atrapante/director	Director
027-03	Personaje	Actuación/limpia	
027-05	Personaje	Director/Desarrolla	
032-02	Sobre	Visión de director	
079-05	Bien	Historia	
082-06	Cada	desarrollo de Personajes	
084-06	Cine	Formas	
086-02	Desde	Final	
009-03	Director	Visiones	
037-01	Verdad	Atrapar, espectador	
009-04	Director	Idea del mismo	
009-05	Director	Intención del mismo	
035-04	Tiene	Particularidad, director	

069-03	Tienen	Visión, directores	
<p>De las 508 respuestas obtenidas en los 4 encuentros del Cineclub Cinestudio Veinticuatro Cuadros por Segundo, 29 pertenecen a la subcategoría: Mediación del Medio, representando esta mediación un 5,7% del total de respuestas analizadas, las cuales son desarrolladas por los espectadores a través de referentes mediáticos con 16 respuestas que son un 3,1% del análisis y se refieren a otros medios de comunicación o expresiones fílmicas que son referentes para la construcción interpretativa del filme visto; en segunda medida nos encontramos con el recurso narrativo representado en un 2% con 10 respuestas incluidas, el cual hace referencia a conocimientos narrativos previos del individuo, tanto de los filmes proyectados como de otro tipo de narrativas; en tercera instancia con un 1,2% y 6 respuestas, el espectador está interpretando desde los recursos técnicos que conoce y/o en los cuales tiene experiencia; finalmente está la pregunta del individuo por la subjetividad de, y el reconocimiento de las técnicas del director, siendo este el último aspecto evidenciado en 14 respuestas que representan un 2,8% del análisis.</p>			

Agrupación y conceptos emergentes cineclub La Caja

Dimensión fruitiva

Tabla 9

Unidades de análisis del cineclub La Caja - Dimensión fruitiva.

Cineclub "La Caja"	<p>Categoría: Cinevidencias/Subcategoría:</p> <p>Dimensión fruitiva</p>
--------------------	---

Código de ficha	Unidades de análisis	Unidades de significados identificadas	Unidad de significado global
010-05	Cuando	Cambios	Técnica
017-04	Escena	Gusto	
017-04 (2)	Escena	Color/Sensación	
025-01	Hecho	personajes/representan bien	
026-01	Historia	Personaje/Genial	
030-03	Música	Forma narrativa/gusto	
036-01	Pronto	disgusto, género cinematográfico	
042-01	Señor	Gusto, personajes	
042-02	Señor	Gusto, personajes	
053-02	Casi	Gusto, inversión	
056-01	Como	Elementos, gustos	
056-04	Como	Gusto, aspectos técnicos	
056-15	Como	Gusto, personajes	
057-02	Cualquier	Emoción, medios	
061-02	Española	Gusto, guerra	
073-01	narrativa	Chévere, presentación	
075-06	parece	gustó/no comercial	
083-02	sangre	Maluquea	
087-06	Tiene	Película, no comercial	
092-06	Bueno	Gusto, guion	
093-04	Cámara	Gusto, cámara	

093-05	Cámara	Sensación, escena		
096-01	Cómo	Sensación, personajes		
104-03	Están	Gusto, escenas		
105-04	Estética	Sensación		
106-02	Gusta	Gusto, apología		
106-04	Gusta	Gusto, director		
106-06	Gusta	Trabajo, director		
106-07	Gusta	Disgusto, acción		
107-01	Gustó	Sensación, color		
107-02	Gustó	Disgusto, narrativa		
110-08	Momento	Gusto, música		
112-04	Nunca	gusto, historias		
113-01	Parte	Gusto, técnica		
117-02	Siempre	Importancia, película		
117-05	Siempre	Gusto, director		
121-02	Tiempo	Sentir, película		
007-01	Color	Atracción, planos		
002-02	Alguien	Presencia, Sensatez		Empatía
024-04	Hasta	consumirse/último día		
038-02	Pueden	Emociones, personajes		
038-02	Pueden	Estado de ánimo/Personajes		
042-03	Señor	Conversación, personajes		
066-01	Igual	Deprimido, Feliz		

077-02	Personaje	extravagantes	
110-01	Momento	Cerebro, bajón	
002-01	Alguien	Compartir, Familia	Afinidad
002-04	Alguien	Necesidad, afecto	
003-01	Algún	Conexión, película	
013-02	Dice	Ciudad, contexto	
013-04	Dentro	Sentirse, película	
014-02	Dice	Experimenta realidad	
027-02	Lugar	Transportar/sitio real	
037-02	Puede	Sentir, recuerdos	
040-05	Quién	Sentimientos, experiencias	
048-03	Usted	Sensación, ciudad	
051-03	Allá	Gusto, sueño, lugar	
051-05	Allá	Sensación, sitio	
056-02	Como	Conexión, identificación	
064-02	Guerra	Dictadura	
069-02	mismo	Sentir	
071-01	mundo	Sentirse	
081-04	quiere	muerte/rápida	
087-05	Tiene	Conexión, emoción	
089-01	Tipo	Mafia, gusto	
092-01	Bueno	Recuerdos, experiencias	
097-04	Contexto	Ambiente, película	

100-09	Ejemplo	Sensaciones		
103-06	Estaba	Sensaciones, experiencias		
104-02	Están	Llegar, arte		
107-03	Gustó	Conexión, película		
108-03	Hace	Vinculación, familia		
110-03	Momento	Fumar, sensación		
110-05	Momento	Conexión, película		
116-01	Sentido	Distancia		
056-01	Hacer	Soñar, quisiera		
056-02	Hacer	Prohíben, clandestina		
069-01	Mismo	Pasó, Color		
010-03	Cuando	Disgusto		Entretención
010-11	Cuando	Disparo/chistoso		
012-04	Decir	Gusto, narrativa		
015-01	Empieza	Sensación		
024-03	Hasta	Gusto, emociones		
040-01	Quién	Sensaciones, sueño		
041-01	Sabe	Sensaciones		
046-05	Toda	Gusto, película		
053-03	Casi	Gusto, película		
056-14	Como	Emoción		
075-05	parece	Chistoso, simplista		
076-01	pareció	Simpático		

076-01 (2)	pareció	Emotiva
079-01	Primera	gustó, película
084-01	sobre	encanta
089-03	Tipo	Película, sensación
107-04	Gustó	Gusto, emoción
113-03	Parte	Tedio, película
114-02	Película	Principio, tedio
114-04	Película	Emoción, acción
114-07	Película	Sensación, violencia
114-09	Película	Emoción
114-12	Película	Grosería, vulgar
116-02	Sentido	Percepción, sentimiento

De las 578 respuestas obtenidas en los 4 grupos de discusión realizados en el Cineclub La Caja, 102 pertenecen a la subcategoría: Dimensión Fruitiva, representando esta dimensión un 17,6% del total analizado, la cual se desarrolla aquí en cuatro aspectos: El primero es la **técnica** teniendo un 6,6% de participación en el análisis general, con 38 respuestas, el cual se refiere a los recursos y procedimientos que el cinevidente logra destacar en el filme y afirmar el placer que un buen procedimiento o recurso estético le genera al ver el filme; en segundo lugar tenemos la participación de la **empatía** con un 1,4%, la cual, con 8 respuestas, se refiere a la capacidad de conexión que tuvo el sujeto con los personajes y/o situaciones que presentó la película. En tercer lugar está la **afinidad** teniendo un 5,5% con un total de 32 respuestas, las cuales se refieren a las semejanzas y analogías que hace el sujeto de su vida o su contexto y lo que muestra la película; finalmente tenemos en esta

dimensión frutiva el **entretenimiento** con un 23,5% que equivale al total de 24 respuestas las cuales hacen referencia al goce, disfrute y placer de ver el filme sin dar una razón argumentativa del aspecto técnico o narrativo del filme.

Dimensión comercial

Tabla 10

Unidades de análisis del cineclub La Caja - Dimensión comercial.

Cineclub "La Caja"		Categoría: Cinevidencias/Subcategoría: Dimensión comercial	
Código de ficha	Unidades de análisis	Unidades de significados identificadas	Unidad de significado global
013-03	Dentro	Económicamente/Guerra	Condiciones materiales
022-01	General	económica/locaciones	
094-01	Casa	Locación	
008-07	Cosas	Comercial/Estándar	Industria cultural
018-04	Este	Historia pensada/Vender	
025-02	Hecho	cine vacío/para entretener	
026-06	Historia	Saber qué vende/olfato creativo	
032-03	Otro	grandes productoras/otro nombre	
034-04	Presupuesto	bajo presupuesto real-vs-Bajo presupuesto gringos	

035-01	Producción	diseño de/Extras	
054-13	Cine	Industria	
054-14	Cine	comercial	
060-03	Director	Semi-Dios	
095-01	Comercial	Película, material	
095-04	Comercial	Cine, productor	
095-05	Comercial	Plantilla	
114-13	Película	Productor	
005-02	Cada	idea/Presupuesto	Satisfacción
009-07	Creo	Medios económicos/Producción	
010-04	Cuando	presupuesto/producción	
010-13	Cuando	Posproducción/Producto	
012-05	Decir	Presupuesto/realización	
025-03	Hecho	Plata/Super producción	
034-01	Presupuesto	bajo	
034-02	Presupuesto	justificarlo	
034-03	Presupuesto	Bajo/por las locaciones	
035-02	Producción	Filme en posproducción=Mercancía	
056-11	Como	millones	
056-16	Como	Discurso	
069-03	Mismo	Televisión	
081-02	Quiere	presupuesto	
090-01	Bajo	Presupuesto	

114-11	Película	Presupuesto	
115-02	Poquito	Dinero	
044-01	solamente	Recursos	Origen de los recursos
046-08	toda	latinoamerica	
102-02	Entre	Presupuesto	
113-06	Parte	plata, latinoamerica	
095-02	Comercial	Tipo, película	

De las 578 respuestas obtenidas de los 4 grupos de discusión realizados en el Cineclub "La Caja", 39 corresponden a la Subcategoría: Dimensión Comercial, lo cual representa un 6,7% del análisis final. Desarrollado en 4 aspectos: 0,5% que corresponde a 3 respuestas que hacen parte de **condiciones materiales**, las cuales se refieren a la vida, la economía, el lugar y las condiciones en las que viven los personajes de la película. Como segundo aspecto se encuentra la **industria cultural** que equivale a un 2,4% para un total de 14 respuestas, las cuales están encaminadas a la interpretación que el cinevidente hace del cine como un conjunto de elementos que están hechos para vender antes que otra cosa. En tercer lugar tenemos la **satisfacción** que cuenta con 2,9% para un total de 17 respuestas que hacen referencia a la caracterización del filme en sus aspectos de producción; finalmente tenemos a los **origen de los recursos** que cuentan con 0,9% en un total de 5 respuestas y se refieren a la inversión que se realizó en el filme y el origen de los recursos para la misma.

Dimensión comunicativa

Tabla 11

Unidades de análisis del cineclub La Caja - Dimensión comunicativa.

Cineclub "La Caja"		Categoría: Cinevidencias/Subcategoría: Dimensión comunicativa	
Código de ficha	Unidades de análisis	Unidades de significados identificadas	Unidad de significado global
008-02	Cosas	Generador de caos	Argumento
010-02	Cuando	Sátiras/Diálogo	
010-09	Cuando	Violencia/irreal	
022-03	General	transmite/Imposibilidad de éxito	
026-03	Historia	trama	
026-03 (2)	Historia	Convergencia	
026-07	Historia	No consecutiva	
026-07 (2)	Historias	Crudas	
030-04	Música	Refleja	
039-02	Punto	Perspectiva/Violencia	
040-02	Quien	Película	
045-06	Tema	Inspiración	
086-01	Tenía	Violenta/Graciosas	

087-04	Tiene	Enfermedad		
091-03	Bien	historia		
091-09	Bien	Director, intención		
099-04	Diferente	Formas, conciencia		
099-09	Diferente	Época		
100-07	Ejemplo	Superficialidad, suicidio		
100-08	Ejemplo	Sicológico		
100-12	Ejemplo	Símbolos		
103-02	Estaba	Leer, guión		
104-04	Están	Preparación, acontecimiento		
113-04	Parte	Sicología, violencia		
078-01	Poco	locura/detalles		
003-05	Algún	Bases/Ciencia		Indicios
007-03	Color	Representar		
007-04	Color	Cambios de		
013-01	Dentro	Temática/Cine		
015-02	Empieza	Orientar trama		
017-01	Escena	advertencia/Espectador		
023-03	Había	sin índice/imposible		
025-05	Hecho	Acciones/predecibles		
010-09 (2)	Cuando	Disparo/anomalía		
033-03	Pasar	Interpretación previa		
003-04	Algún	Explicación/texto	Narrativa	

005-05	Cada	Música
008-03	Cosas	Representatividad
009-09	Creo	Subjetividad/Sonido
010-10	Cuando	Claridad en Diálogos
010-12	Cuando	Característica/acción
011-03	Decía	diálogos
021-02	Forma	Propias/Expresiones
021-07	Forma	Plasmar/bonita
023-02	Había	sangre/cómica
031-02	Otras	Sinergia de expresiones incluidas
031-05	Otras	Característica/Diferencia
046-02	Toda	Música/Representa
050-02	Violencia	Narrativa
054-02	Cine	reunir/artes
056-11	Como	Narrativa
062-02	Final	feliz
083-04	Sangre	Narrativa
088-02	Tienen	Comienzo, diálogo
089-02	Tipo	personaje/narrativa
091-02	Bien	Arte, lenguaje
091-12	Bien	Narrativa, historia
093-03	Cámara	Contexto, cámara
093-06	Cámara	Elementos, narrativa

099-02	Diferente	Lenguaje	
099-06	Diferente	Interpretar, música	
100-04	Ejemplo	Simpatía, televisores	
100-05	Ejemplo	Aporte, música	
102-05	Entre	Combinación, técnica	
103-03	Estaba	Acción, cámara	
104-05	Están	Elementos música	
104-06	Están	Disolvencia, historia	
105-01	Estética	Soportar, carga	
106-03	Gusta	Gusto, atemporalidad	
106-05	Gusta	Disgusto, iluminación	
108-01	Hace	Muestra, arte	
108-02	Hace	Sinergia	
108-05	Hace	Director, sensación	
109-02	Hacen	Ambientación, película	
114-16	Película	Narrativa, original	
119-03	Taratino	Director, exageración	
003-03	Algún	Momento/Personajes	
005-03	Cada	Estética/Personaje	
009-01	Creo	Personajes/transmiten	
014-01	Dice	Personaje/diálogo	
018-01	Este	Libertinaje/Personaje	
021-04	Forma	Personaje/Deseo de ayuda	

031-04	Otra	forma/personaje ayudar	
032-02	Otro	antihéroes/traición	
044-02	Solamente	Personaje	
056-16	Como	Antihéroes	
092-05	Bueno	Síntesis, personajes	
099-07	Diferente	Perspectivas, personajes	
086-02	Tenía	personalidad/personajes	
094-02	Casa	personaje/vida	
008-04	Cosas	Pensamientos	Entorno
009-06	Creo	Infelicidad	
012-01	Decir	Moralismos	
021-05	Formas	de conciencia/diferente	
023-01	Había	compañerismo	
028-02	Manera	Censurar/lo explícito	
031-06	Otra	Rechazo social/Reglas	
037-09	Puede	Suceso parecido al real	
039-01	Punto	Perspectiva	
043-04	Social	Contextos	
045-03	Tema	Cultura	
045-04	Tema	Personal	
046-01	Toda	Leyes	
048-04	Usted	Feliz	
051-01	Allá	Drogas	

052-02	Artística	Museos
056-03	Como	pensar/libertad
056-05	Como	Revivir
056-06	Como	recordando
070-02	mucha	Fuerza
094-03	Comercial	País, película
099-01	Diferente	Estética, contemporánea
099-05	Diferente	Identificar, sociedad
101-05	Ella	Lucha, soldados
104-01	Están	Bandera, EE.UU
111-02	Mujer	sociiedad, mujer
112-03	Nunca	Traducción, grosería

En las discusiones que se llevaron a cabo en los 4 grupos de discusión realizados en el cineclub "La Caja", se obtuvieron 578 respuestas de las cuales 117 representan un 20,2% de los análisis totales y corresponden a la subcategoría: Dimensión Comunicativa que se desarrolla en los siguientes aspectos: el 4,3% hace parte del **argumento** de la película, estas respuestas hacen referencia a todos los elementos que enmarcan el contexto general del filme y abarca los aspectos que dan sentido, coherencia global al mismo. Seguido a este, tenemos los **indicios** con un 1,7% y un total de 10 respuestas que hacen referencia a todos aquellos elementos que percibió el espectador en la película con los cuales llega a sacar conclusiones previas del mensaje final de esta. En tercer lugar se encuentra la **narrativa** con un total de 41 respuestas, las cuales son equivalentes al 7,1% de este análisis, esta hace referencia a todo el conjunto de elementos y componentes que forman la historia y le dan

forma a la manera como esta se cuenta. Una cuarta parte corresponde a cómo el espectador **articula significados (personaje)**, en este apartado, el espectador se adentra en la esencia, el rol, los diálogos y perspectivas que lograban identificar en cada personaje; este apartado tuvo un total de 14 respuestas lo cual representa el 2,4% para el análisis total.

Dimensión sociocultural

Tabla 12

Unidades de análisis del cineclub La Caja - Dimensión sociocultural.

Cineclub "La Caja"		Categoría: Cinevidencias/Subcategoría: Dimensión sociocultural	
Código de ficha	Unidades de análisis	Unidades de significados identificadas	Unidad de significado global
013-05	Dentro	Enmarcado/Ideología	Ideología
021-08	Forma	Sociedad opresión/masificada	
045-02	Tema	Político	
047-04	Tres	Política	
056-09_1	Como	políticos	
058-02	Desde	Sociedades,opresión	
071-02	Mundo	Libertad, independencia	
075-01_2	Parece	refleja	
085-01	Sociedad	conservadora	
101-02	Ella	Salida, opresión	

072-04	Nada	Feminista	
009-08	Creo	Embarazo/No-deseo	Estructuras/Fenómenos sociales
020-02	Esto	estados/libertinaje	
021-01	Forma	Prohibiciones/Evitan	
026-04	Historia	Hombre/Segundo Plano	
027-04	Lugar	Mujer/Símbolos	
032-01	Otro	Sociedades mafiosas	
033-01	Pasar	Todo está Permitido/Puede	
037-01	Puede	imposibilidad de vivir con estándares	
038-01	Pueden	alegoría al libertinaje	
043-01	Social	Temas	
043-02	Social	Grupo	
043-03	Social	roles	
043-05	Social	Rechazo	
045-01	Tema	Drogas	
050-01	Violencia	fenómeno	
054-12	Cine	dirigido	
056-09_2	Como	sociedad	
056-17_1	Como	enfermedades	
056-18	Como	pandillas, caídas	
058-01	Desde	Cultura,drogas	
058-03	Desde	Crisis/años 80	

063-01	Gente	Consumiera	
072-03	Nada	fácil/loco	
077-01	Personaje	Época/diferente	
085-02	Sociedad	libertad, mafiosas	
085-03	Sociedad	analogía	
085-04	Sociedad	cambiante	
097-03	Contexto	Entorno, drogas	
097-06	Contexto	Entorno, social	
100-01	Ejemplo	Elementos, libertinaje	
100-02	Ejemplo	Moral, actual	
102-04	Entre	Contraste, violencia	
110-07	Momento	Sociedad, imponer	
112-01	Nunca	Razón, libertinaje	
114-01	Película	Pensamiento, moralista	
092-02	Bueno	Referencia, creencia	
103-01	Estaba	Contexto, permisividad	
084-02	Sobre	inutilidad/normas	
008-06	Cosas	Impensables	Empatía
009-02	Creo	Opinión/morales EEUU	
029-01	Muestran	sociedad dual	
029-02	Muestran	Guerra civil española	
037-06	Puede	Sentir igual/Mexicano	
041-02	Sabe	Cosas de fuera	

051-03	Allá	Ellos	
056-17_2	Como	lugar	
056-17_3	Como	unida	
057-01	Cualquier	ciudad	
091-04	Bien	Contexto, México	
123-03	Tener	Gringos, refleja	
001-03	Acordé	Recuerdo/Persona	Vivencias
008-01	Cosas	Niega Vivencias	
009-04	Creo	Vivencias/Familia	
028-01	Manera	psicológica de manejar filme	
028-03	Manera	Identificarse/personaje	
033-02	Pasar	Posibilidad de suceso a Personas	
037-05	Puede	Enfermedad/a cualquiera	
048-01	Usted	vivir	
048-02	Usted	Vivir	
056-17_4	Como	realidad	
075-01_1	Parece	representar	
081-02	Quiere	ayudar	
082-01	Realidad	adaptar	
082-02	Realidad	percepciones	
084-04	sobre	refleja/dificultades	
091-01	Bien	Representación, realidad	
096-02	Cómo	Burla, realidad	

097-02	Contexto	Instalaciones, película	
098-01	Cree	Sanar herida	
101-01	Ella	Identificación, personajes	
108-04	Hace	Escenas, real	
117-03	Siempre	Grupo, traidor	
080-01	Problema	enfermedad, vinculación	
016-01	Época	Pablo Escobar/Estilo	Realidad social
018-02	Este	Pereira/En momento	
019-01	Estilo	Pablo Escobar/Época	
027-01	Lugar	ciudad/sentir igual	
027-01 (2)	Lugar	Somos lugar perdido	
049-01	Varias	Tomas	
055-01	ciudad	lugar	
055-03	ciudad	ocurrir	
055-04	ciudad	Contexto	
087-03	Tiene	Contexto, muerte	
088-01	Tienen	Concepto, nuestra sociedad	
100-06	Ejemplo	Películas, colombianas	
105-02	Estética	Ciudad, época	
110-02	Momento	Ciudad, estética	
<p>En las discusiones que se llevaron a cabo en los 4 grupos de discusión realizados en el cineclub "La Caja", se obtuvieron 578 respuestas de las cuales hay una recurrencia de 98 respuestas para la dimensión sociocultural que equivalen a un 17,0% sobre el total de los</p>			

análisis realizados; lo cual es explicado en 5 aspectos: el primero corresponde a la **ideología** con un total de 11 respuestas que representan el 1,9% de los análisis totales, lo cual da cuenta de todos los elementos e ideas que están representando el pensamiento que el espectador enmarca en una época, doctrina o colectividad. En segundo lugar, tenemos un 6,6% perteneciente a las **estructuras/fenómenos sociales** que se exponen en la película, estos hacen referencia a todos los hechos frente a los cuales el espectador tiene una actitud consciente frente a los acontecimientos que ocurren en la película, su relación con la sociedad de la que él hace parte y la posición que tiene frente a ellos. En tercer lugar la **empatía**, con un 2,1% correspondiente a 12 respuestas que representan toda la conexión que tuvo el espectador con los acontecimientos históricos, ocurridos en alguna sociedad ajena a este que se representa en el filme. Como cuarto aspecto, tenemos las **vivencias** que equivalen a un 4,0% y que nos hablan con 23 referencias sobre todas las experiencias que pudo percibir el sujeto dentro de la película y que lo relacionaba con experiencias propias o cercanas a su entorno; para finalizar, tenemos la **realidad social** con un total del 2,4% lo cual representa todas aquellos aspectos que el espectador detectó en el filme y que este relacionó con su contexto diario, con su propia sociedad.

Dimensión artística

Tabla 13

Unidades de análisis del cineclub La Caja - Dimensión artística.

Cineclub "La Caja"	Categoría: Cinevidencias/Subcategoría: Dimensión artística
--------------------	---

Código de ficha	Unidades de análisis	Unidades de significados identificadas	Unidad de significado global
013-02	Dentro	Artes/Pantalla	Artes
016-04	Época	Mediático	
091-10	Bien	Narrativa contexto	
097-08	Contexto	Lectura	
101-04	Ella	Acción/Escena	
005-06	Cada	Historia/Época	Contextos históricos
006-01	Civil	Guerra	
006-02	Civil	Dictadura/España	
010-15	Cuando	1a Guerra Mundial	
016-02	Época	Tiempo/Sufrimiento	
017-05	Escena	Guerra/España	
019-01	Estilo	Pablo Escobar	
020-01	Esto	Movimiento histórico	
024-01	Hasta	Rango de tiempo	
026-09	Historias	Épocas diferente	
030-05	Música	Antigüedad	
045-05	Tema	Años 80/Drogas	
052-01	Artísticas	Cualidades de época	
061-01	Española	Guerra/Dictadura	
097-07	Contexto	Violencia	

091-01	Contexto	Años 80-90/EEUU	
102-01	Entre	Relación/Guerra(Malvinas)	
109-01	Hacen	Apología/Guerra	
114-15	Película	Guerra	
123-04	Tener	Guerra	
004-02	Arte	Contemponareidad/EE.UU.	Foráneo
007-04	Colores	Las Vegas	
012-06	Decir	EE.UU/Arte	
019-03	Estilo	Europa/Francia	
020-04	Esto	Significativo/Europa	
026-11	Historia	Periodo/España	
031-03	Otra	Contexto/Ciudad	
100-13	Ejemplo	Sociedad	
074-01	Nombre	Ruso	
004-01	Arte	Contemporáneo	
005-01	Cada	Personaje/Contexto	
005-04	Cada	Estética/Personaje	
010-01	Cuando	Diálogo/Personaje	
010-16	Cuando	Escena/Representativo	
011-01	Decía	Revivir/Estético	
017-02	Escena	Vuelve Real	
037-07	Puede	Sentirse Estando/Ciudad	
037-08	Puede	Violencia/Expresión artística	

050-03	Violencia	Estética	
104-02	Están	Llegando/Expresiones	
016-03	Época	Mujer/Feminismo	Ideología
022-04	General	Corriente Europea/Director	
026-02	Historia	Pasado/Ideales	
046-09	Toda	Ideología/Europa	
115-01	Poquito	Contextos políticos	
123-01	Tener	Libertad política	

Dentro de los 4 encuentros realizados en el cineclub "La Caja", se cuenta con un total de 51 respuestas para la dimensión artística, lo cual equivale al 8,8% del total analizado; en esta subcategoría podemos identificar lo siguiente: con un 0,9% se hace referencia al **arte**, esto quiere decir que el cine es un vehículo conformado por y para las artes en general, no se enmarca únicamente en el filme. El segundo con un 3,5% corresponde a los **contextos históricos**, aquí el espectador ve evidenciados en la película momentos y secuencias que ocurrieron en el transcurso de los años y de alguna manera marcaron nuestra sociedad tanto a nivel local como a nivel mundial. Un tercer aspecto es lo **foráneo** que cuenta con el 1,6% de recurrencia y que corresponde a todos aquellos hechos que se dieron fuera de su contexto cotidiano, aquí el sujeto logra identificar todos estos hechos y reconoce los diferentes países donde tuvieron lugar. En un cuarto aspecto analizamos el arte como **estética - cotidianidad**, este cuenta con el 1,9% de recurrencia y hace referencia a todos los elementos y aspectos que el espectador identificó en la película y relaciona con la estética del mismo o con estéticas externas a la narrativa fílmica; finalmente, está el

aspecto de la **ideología** que hace referencia a los ideales políticos, sociales que se desarrollan en las películas y/o son temática transversal de la misma.

Mediación individual

Tabla 14

Unidades de análisis del cineclub La Caja - Mediación individual.

Cineclub "La Caja"		Categoría: Mediaciones/Subcategoría: Mediación individual	
Código de ficha	Unidades de análisis	Unidades de significados identificadas	Unidad de significado global
021-06	Forma	Estudio, dirección	Conocimientos técnicos
021-06	Forma	Tarantino/Estudiar	
053-01	Casi	Información, dinero	
053-04	Casi	Plantilla de filme	
054-05	Cine	Recursos	
059-01	Dinero	Rebosaron, mucho	
060-02	Director	Percepción	
067-02	Llama	Personaje, Directora	
075-04	Parece	película, mejores	
078-02	Poco	Percibí, autobiográfica	
083-01	Sangre	Hollywood, maquillada	
083-03	Sangre	Disparos, Violencia	

087-01	Tiene	Conflictos, emociones
091-05	Bien	Trabajo , director
091-06	Bien	Trabajo, fotografía
091-07	Bien	Personajes, aspectos
091-08	Bien	Fotografía, aspectos
093-01	Cámara	Trabajo, fotografía
093-02	Cámara	Uso, cámara
093-05	Cámara	Escena, uso
096-04	Cómo	Aspectos, guión
099-08	Diferente	Cine
100-10	Ejemplo	Estilo, director
105-03	Estética	Estilo, director
106-01	Gusta	Gusto, películas
108-06	Hace	Director, gusto
113-05	Parte	Estética, sangre
113-07	Parte	Referencia, guión
114-03	Película	Temática, drogas
114-06	Película	Disgusto, director
117-06	Siempre	Permeado, cine
117-07	Siempre	Manejo, color
119-01	Tarantino	Trabajo, director
119-02	Tarantino	Director, estética
120-01	Tiempo	Intepretación, música

068-02	Menos	Sangre, Yo	
010-06	Cuando	Vivencia/México	Aprendizajes anteriores
026-08	Historias	Recuerdo	
054-01	Cine	Formación	
056-07	Como	Experiencias	
062-01	Final	Recuerdo	
112-02	Nunca	Contexto, experiencia	
118-01	Situación	Referencia, momentos	
121-01	Vida	Cambia, enfermedad	
001-01	Acordé	Referencia, película	
001-02	Acordé	Referencia, película	
001-04	Acordé	Referencia/novela	
002-03	Alguien	Referencia, película	
012-03	Decir	Arte, monumento	
014-04	Dice	Referencia/Medio de comunicación	
026-08	Historias	Relación, narrativas, películas	
031-01	Otra	Comparación, temáticas	
031-01	Otra	Comparar/Películas	
036-02	Pronto	Película de referencia	
046-07	Toda	Relación, películas	
054-04	Cine	literatura	
055-02	Ciudad	Referencia, películas	

056-19	Como	Referencia, películas
056-20	Como	Referencias técnicas
060-01	Director	Referencias, técnicas
067-03	Llama	Película
070-01	Mucha	Directora, similitud
070-04	Mucha	película, lenguaje
072-02	Nada	leído, película
079-02	Primera	Película
091-11	Bien	Referencia, película
092-03	Bueno	Referencia, obras
099-03	Diferente	Referencia, violencia
100-03	Ejemplo	Referencia, comparación
100-11	Ejemplo	Referencia, película
101-03	Ella	Recuerdo, película
103-05	Estaba	Referencia, película
110-06	Momento	Cámara, recurso
113-02	Parte	Artísta, televisor
114-05	Película	Mejor, historia
114-08	Película	Relación, películas
114-10	Película	Relación, películas
117-01	Siempre	Cine colombiano, lento
117-04	Siempre	Referencia, película

052-01	Artística	Cualidades, Vanguardias	Conocimientos históricos
052-05	Artística	Expresión, ciudad	
054-03	Cine	Mexicano	
054-06	Cine	Colombiano	
064-01	Guerra	Vietnam	
064-03	Guerra	anarquistas	
075-03	Parece	Sentido, historia	
097-05	Contexto	Ciudad, entorno	
110-04	Momento	Tipico, ciudad	
123-02	Tener	Perspectivas, realidad	

Entre los 4 grupos de discusión que se llevaron a cabo en el cineclub "La Caja" se obtuvieron 578 respuestas dentro de las cuales el 15,4% pertenecen a la subcategoría mediación individual que está representada por un total de 89 respuestas. Para entrar a describir esta se desarrollará en 4 diferentes aspectos: el primero es acerca de los **conocimientos técnicos** se refieren a todas aquellas referencias, relaciones, conexiones desde el aspecto netamente estético de la construcción narrativa, que el espectador usa para dar una interpretación sobre el filme. El segundo que está representado en un 1,4% se refiere a los **aprendizajes anteriores**, estas son todos aquellos aspectos que el espectador utiliza como conocimientos previos de la realización o análisis de un filme, basándose siempre en las prácticas que ha tenido sobre tal temática. Un tercer momento es lo **Narrativo**, que con un 6,1% equivalente a 35 respuestas en total se está refiriendo a todo el conjunto de elementos y componentes que forman la historia y le dan forma al filme, los cuales dan también cuenta de sus conocimientos sobre este análisis más estructurado;

finalmente, están los **conocimientos históricos** que equivalen al 1,7% con un total de 10 respuestas donde el espectador demuestra y expresa sus conocimientos frente a hechos que fueron abordados en las películas, evidenciando cómo esto da sentido al filme.

Mediación colectiva

Tabla 15

Unidades de análisis del cineclub La Caja - Mediación colectiva.

Cineclub "La Caja"		Categoría: Mediaciones/Subcategoría: Mediación colectiva	
Código de ficha	Unidades de análisis	Unidades de significados identificadas	Unidad de significado global
010-17	Cuando	Referencia del otro	Cineclub (Escenario)
011-02	Decía	Persona del cineclub	
014-03	Dice	Colega de cineclub/Problema	
014-05	Dice	Referencia/Colega CC	
025-04	Hecho	Conversatorio/Tarantino	
047-03	Tres	Cineclub, años	
084-03	Sobre	cineclub, Tarantino	
122-01	Visto	Festival, internet	Escenarios diversos
En los cuatro encuentros que se realizaron en el cineclub "La Caja" se obtuvieron en total 578 respuestas que serán explicadas en esta mediación colectiva con un total de 8 palabras			

las cuales equivalen al 1,4%, será desarrollado por medio de dos aspectos: el primero el **cineclub (escenario)** que hace referencia a todas las conversaciones que se tenían con el otro o para referirse, apoyar o refutar lo que alguien más había dicho, estas tuvieron un total de 7 respuestas lo cual equivale al 1,2%. Y en segundo lugar están los **escenarios diversos**, este hace referencia a algún eventos que por medio de la web y la difusión por redes los sujetos logran conocer y a partir del cual generan la interpretación del filme esta única respuesta equivale al 0,2%.

Mediación del medio

Tabla 16

Unidades de análisis del cineclub La Caja - Mediación del medio.

Cineclub "La Caja"		Categoría: Mediaciones/Subcategoría: Mediación del medio	
Código de ficha	Unidades de análisis	Unidades de significados identificadas	Unidad de significado global
004-03	Arte	Unir/Expresión única	Referentes mediáticos
014-04	Dice	Referencia/Medio de comunicación	
021-03	Forma	Narrativa libro pintura/Diferente	
030-02	Música	Artes diversas	
037-04	Puede	obra de arte/instalación	
038-03	Pueden	sugerencia de la narrativa	

056-12	Como	Instalación	
072-01	Nada	Escena, narrativa	
073-02	Narrativa	Diferente	
087-02	Tiene	Consideración, medios	
052-03	Artística	Manifestaciones	
012-06	Decir	Pregunta/Quehacer del Director	Director
019-02	Estilo	Director	
037-03	Puede	Creativo/director	
041-03	Sabe	Director	
075-02	Parece	Trabajo, acertado	
103-04	Estaba	Influencia, director	
004-05	Arte	Cine	Referente estético
009-05	Creo	Estética	
020-03	Esto	Aporte al cine	
071-01	Tres	Película	
048-05	Usted	Personajes/Cine comercial	
054-07	Cine	Características	
054-08	Cine	Aportó, Lenguaje	
054-09	Cine	Tarantino, bélico	
054-10	Cine	arte	
054-11	Cine	películas, mal	
054-15	Cine	Vacío	
056-22_4	Como	Violencia	

095-06	Comercial	Época, medio	
107-05	Gustó	Gusto, audiovisual	
111-01	Mujer	Cine, película	
114-17	Película	Época, audiovisual	
052-04	Artística	Matanza, Tarantino	
054-16	Cine	Hacer, Ideológico	
056-21	Como	Película, Anti-estructura	
004-04	Arte	Diseño/Locaciones	Recurso narrativo
005-07	Cada	historia/Color	
010-08	Cuando	Toma/Rareza	
015-03	Empieza	Mostrar/Estética	
017-03	Escena	Cámaras/Dar Sensaciones	
017-03 (2)	Escena	Iluminación/noche	
018-03	Este	Medio/Psicodélico	
022-02	General	Fotografía/Simetría	
026-10	Historia	Paleta de color/increíble	
030-01	Música	Detalle particular	
035-03	Producción	Excelente	
050-04	Violencia	Tonos, color	
086-03	Tenía	Historia, Color	
113-08	Parte	Segmentado, música	
003-02	Algún	Soporte de cámara	
008-05	Cosas	Diseño	técnico

009-03	Creo	Número locaciones
010-14	Cuando	Sonido/Acción
015-03 (2)	Empieza	Planos
024-02	Hasta	Hollywood/Sangre maquillada
026-05	Historia	Plantilla
027-03	Lugar	movimiento de cámara
029-03	Muestran	Matices/color
040-03	Quien	Produzca
041-04	Sabe	Recurso, Usar
071-02	Tres	Plantillas
049-02	Varias	Tomas
054-17	Cine	Musicalizado
056-08	Como	Instalaciones
056-22_1	Como	Elementos
056-22_2	Como	Flashback
056-22_3	Como	Estética
087-07	Tiene	Plécula, fotografía
088-03	Tienen	Montaje, película
102-03	Entre	Tiempo, rodaje
114-15	Película	Tipo, cine
040-04	Quien	película, productora
092-04	Bueno	Recursos, técnicos

De las 578 respuestas obtenidas en los 4 encuentros del Cineclub "La Caja", 74 pertenecen a la subcategoría: Mediación Del Medio, representando esta mediación un 12,8% del análisis total, la cual se desarrolla aquí en cinco aspectos: el primero es el de las **referencias mediáticas** teniendo un 1,9% de participación en el análisis general, con 11 respuestas, el cual se refiere a los recursos, elementos, diferentes tipos de medios que encaminan la discusión más allá del medio cinematográfico, lleva a interpretar desde lo que es la construcción fílmica y se entra a relacionar este con otros medios que tienen que ver con lo interpretado; en segundo lugar tenemos el aspecto del **director** con un 1,0%, que corresponde a 6 respuestas, las cuales se refieren a todo el trabajo que el cinevidente consideró desde su punto de vista en relación con el director y realizador del filme; en tercer lugar están los **referentes estéticos** del medio cinematográfico; aportando en un 3,3% con un total de 19 respuestas, las cuales se refieren a todos esos aspectos que el espectador logró identificar en la película en cuanto a conocimientos propios del medio, posteriormente está el **recurso narrativo** con un 2,4% representado por 14 respuestas; el cual hace referencia a todo el conjunto de elementos y componentes que forman la historia y le dan forma al filme y que el espectador destaca como elementos para la interpretación; finalmente, tenemos el **recurso técnico** con 4,2% que con 14 respuestas se refiere a todos los aspectos de la preproducción de un filme que son necesarios para llegar a una buena consecución del filme.

Cuadro de resultados de unidades de análisis de ambos cineclubes



PORCENTAJES CINECLUBES



<u>Porcentaje en análisis</u>	<u>Unidad de significado global</u>	<u>DIMENSIONES</u> Porcentaje en análisis	<u>Unidad de significado global</u>	<u>Porcentaje en análisis</u>
4,3	Afinidad	<u>FRUITIVA</u> 18,9 - 17,6	Afinidad	5,5
3,7	Empatía		Empatía	1,4
10,8	Entretenimiento		Entretenimiento	4,2
3,0	Industria cultural		Técnica	6,6
1,8	Satisfacción	<u>COMERCIAL</u> 5,7 - 6,7	Industria cultural	2,4
1,0	Condiciones materiales		Satisfacción	2,9
			Condiciones materiales	0,5
			Origen de recursos	0,9
8,3	Narrativa	<u>COMUNICATIVA</u> 20,3 - 20,2	Narrativa	7,1
3,9	Articulación significado		Articulación significado	2,4
6,9	Argumento		Argumento	4,3
1,2	Indicios		Indicios	1,7
			Entorno	4,7
2,8	Realidad social	<u>SOCIOCULTURAL</u> 33,9 - 17,0	Realidad social	2,4
6,9	Ideología		Ideología	1,9
6,7	Estructuras/Fenómenos sociales		Estructuras/Fenómenos sociales	6,6
4,9	Vivencias		Vivencias	4,0
8,1	Estereotipos sociales		Empatía	2,1
2,6	Familia			
2,0	Otredad			
6,1	Contextos históricos	<u>ARTÍSTICA</u> 9,3 - 8,8	Contextos históricos	3,5
1,6	Estética - Cotidianidad		Estética-Cotidianidad	1,9
1,6	Rol de la mujer		Artes	0,9
			Foráneo	1,6
			Ideología	1,0
<u>Porcentaje en análisis</u>	<u>Unidad de significado global</u>	<u>MEDIACIONES</u> Porcentaje en análisis	<u>Unidad de significado global</u>	<u>Porcentaje en análisis</u>
2,4	Aprendizajes anteriores	<u>MEDIACIÓN INDIVIDUAL</u> 4,5 - 15,4	Aprendizajes anteriores	1,4
2,2	Referencias filmicas		Narrativo	6,1
			Conocimientos históricos	1,7
			Conocimientos técnicos	6,2
1,2	Cineclub (Escenario)	<u>MEDIACIÓN COLECTIVA</u> 1,8 - 1,4	Cineclub (Escenario)	1,2
0,6	Escenarios diversos		Escenarios diversos	0,2
2,0	Referente narrativo	<u>MEDIACIÓN DEL MEDIO</u> 5,7 - 12,8	Referente narrativo	2,4
3,1	Referentes mediáticos		Referentes mediáticos	1,9
2,8	Director		Director	1,0
1,2	Recurso técnico		Recurso técnico	4,2
			Referente estético	3,3

Figura 4. Resultados de unidad de análisis de cineclubes.

Caracterización de las cinevidencias

Contextos de las Cinevidencias

Para la descripción inicial de las dos poblaciones a trabajar se recolectó información por parte de los investigadores mediante la observación de las dinámicas dadas en el cineclub antes, durante y después de la proyección; además de ello encontramos pertinente realizar una entrevista a cada representante de cada cineclub (a Viviana Franco, representante del cineclub La Caja y a Natalia Agudelo, representante del cineclub Cinestudio Veinticuatro Cuadros por Segundo) para tener una mejor visión y caracterización de los cineclubes donde se realizaron las intervenciones.

La Caja

Observaciones

Desde los comienzos de la investigación los integrantes del cineclub La Caja asumieron la propuesta de llevar a cabo el proceso con entusiasmo, haciendo afirmaciones de lo importante que era llevar a cabo una actividad como esta, puesto que desde hace un tiempo considerable habrían dejado de realizar los cine foros al terminar el filme (aspecto que detectamos en la visita previa al cineclub); este interés por la actividad caracterizó a la población durante el proceso.

Entre los aspectos característicos de la manera en que trabajan estos cineclubistas está el hecho de que presentan la película previo a la proyección; es decir que una persona encargada da a conocer a los demás compañeros aspectos importantes de la misma, contextualizándolos sobre lo que se verá en pantalla.

Otra de las observaciones interesantes en este cineclub es la manera como reciben un primer encuentro y es con la creación de un ambiente de conversación en mesa redonda, a pesar de que para ver la película, ellos usan las sillas en filas una tras otra, al momento de comenzar las discusiones fueron ellos quienes propusieron cambiar el ambiente; también hubo un cuestionamiento sobre cada detalle de lo que se haría ¿Por qué? ¿Cuáles son los objetivos? ¿A qué va a referirse esta pregunta? Así mismo, las participaciones de los integrantes son bastante extensas y denotan una carga referencial sobre el conocimiento del cine. Además de ello; nos encontramos con la cuestión de que evidencian trabajo en equipo, desde la designación de labores como la organización del espacio; reuniones posteriores a la proyección para organización de los ciclos y constancia notable en la asistencia a las proyecciones, así el espacio sea abierto a recibir personas nuevas todos los días, se detecta un grupo constante de cine clubistas que llevan la batuta de este espacio.

Entre las situaciones notorias del espacio físico en el que proyecta esta población está que se encuentra ubicada en la ciudad de Pereira, en la zona de la circunvalar; exactamente en el garaje de un hostel que recibe a extranjeros constantemente; por lo cual está siendo proyectado actualmente el cineclub como propuesta de espacio de esparcimiento cultural para estos visitantes; por tal motivo todas las películas son proyectadas en el idioma original y cuando este no es inglés, se utilizan subtítulos en tal idioma para que todos puedan incluirse en la proyección de la película; el espacio además está adecuado con estibas y cojines en donde las personas se sientan a ver el filme; así mismo, el espacio es cerrado pero la entrada se deja abierta y aunque está en una vía peatonal donde no circulan muchos automóviles; en ocasiones el paso de estos se mezcla con la proyección fílmica.

Sobre los espectadores en las proyecciones podemos afirmar que estaban generalmente enfocados (concentrados) en las películas; a pesar de que en algunos momentos habían personas que se veían respondiendo a conversaciones en los dispositivos móviles. Existían reacciones como la risa o diversas emociones que les generaban las mismas; pero además, se notaban conversaciones entre ellos durante la proyección del filme, las cuales eran acompañadas de señalamiento a la pantalla por lo cual se interpreta que la conversación que era generalmente entre 2 personas estaba siendo enfocada al filme y no era una conversación de temas externos o desligados de la proyección.

1. Historia

El cineclub La Caja de la ciudad de Pereira funciona hace 6 años. Ha tenido tres sedes diferentes y actualmente se encuentran ubicados en la Circunvalar – Kolibrí Hostal. Desde un principio como cineclub, iniciaron actividades cerca de la Gobernación en una bodega de cajas, de allí surge el nombre; la idea nace entre amigos que rotaban de voz en voz la visita semanal al cineclub, los cuales se fueron enamorando del hecho de compartir en el espacio del cineclub y de comentar las ideas que surgían después de ver la película y de buscar nueva sede cuando no se podían tener los encuentros allí.

2. Quienes lo lideran o conforman

El cineclub es un colectivo abierto que no tiene ningún organigrama. Surgió de la necesidad de un grupo de amigos los cuales no tienen la obligación de seguir dentro del grupo y cada vez los integrantes varían y tiene líderes esporádicos.

3. Cómo funciona (metodología)

Al ser un colectivo siempre abierto, se trata de invitar a gente nueva, para que la gente nueva trate de promover y compartir sus necesidades audiovisuales o propuestas para que a partir de un sistema de votación se lleven a cabo. Al terminar los ciclos se hacen reuniones generales para elegir el nuevo ciclo en cuanto temáticas diversas.

4. Aporte del cineclub a la sociedad

Genera un lugar con nuevas alternativas culturales. Al visibilizarse como oferta cultural para la ciudad en reconocimiento de cientos de personas que han sido pertenecientes al cineclub, como lo han sido, tanto adolescentes como adultos que también han tenido vínculo con la idea de ver cine y realizar los cineforos.

5. Sostenimiento económico

Cuando surge una necesidad, el cineclub se sostiene del bolsillo de los integrantes que están de paso, a pesar de que la mayoría son universitarios, también existen integrantes que tienen trabajos fijos y vale mencionar que son los que más aportan a las necesidades del cineclub.

6. Apoyo de entidades

Tras la propuesta de generar patrocinios de entidades para apoyar el cineclub, se contó con el apoyo de Sayonara y CélulaFilms, las cuales hicieron sus aportes en octubre del 2014 proveyendo el videobeam, su interés y su apoyo académico para la formación de públicos audiovisuales.

7. Reconocimientos

Muchas personas que se mueven dentro de las ofertas culturales como otros cineclubes o pertenecientes a centros de teatro o de arte se han tratado de vincular y reconocen al cineclub La Caja como una ‘oferta cultural seria’ dentro de una ciudad, que a pesar de ser pequeña, se mueve en grandes esferas de la cultura a nivel regional, del arte y de la propagación del cine y de las alternativas audiovisuales.

8. Otro tipo de trabajos que realizan

Al ser el equipo tan diverso, no tiene un trabajo específico para llevar a cabo pero en su trayecto han llegado a moverse en otras esferas donde realizaban trabajos comunitarios dirigidos a la educación ambiental. Como el equipo es tan cambiante es difícil tener un equipo de trabajo sólido que se mueva en otros campos por fuera del cineclub. Lo que se piensa como tal es que el cineclub esté en las calles para que llegue a un público más abierto.

9. Importancia de promover estos espacios en la ciudad e impactos que genera

La necesidad fue crear un grupo que ayudara, que fuera un espacio para los jóvenes, uno de joven siempre va de un lugar a otro buscando donde identificarse. Lo audiovisual y específicamente el cine puede proporcionar a las personas una respuesta a esa necesidad ya que el cine es un viaje en el tiempo y en la memoria histórica de distintos lugares, personas, ideas y propuestas; al encontrar un grupo de amigos que acompañan en esa diferente propuesta de lo que muestra el cine, es decir, que le regale un mundo diferente, se puede tener más claro un aspecto de lo que se pueda llegar a ser en la vida. Sean jóvenes, jóvenes adultos, adultos, cualquier tipo de personas, pueden tener ese viaje en el tiempo así sea como distracción,

necesidad, diversión o lo que sea porque es importante para las personas y lo audiovisual abarca todas las esferas en el mundo y en el cine se encuentran todas juntas a la vez.

Cinestudio Veinticuatro Cuadros por Segundo

Observaciones

Para desarrollar los encuentros de los grupos de discusión dentro del cineclub Cinestudio Veinticuatro Cuadros por Segundo se hicieron visitas previas para identificar cómo era el proceso (organización) que se llevaba a cabo dentro del cineclub antes, durante y después de la proyección de las películas. En este sentido se realizó un encuentro con la organizadora y fundadora del cineclub en el cual se habló del proyecto de investigación, los aportes que realizaríamos y los objetivos principales del mismo; aceptando la invitación propuesta se empezaron a desarrollar los grupos de discusión dentro del cineclub.

Para mencionar algunas de las características que trae consigo este cineclub, vale resaltar que el lugar donde se encuentra ubicado es en la ciudad de Santa Rosa de Cabal, cerca al parque central dentro de un café-bar llamado Los Próceres (El cineclub también es reconocido por el nombre del café-bar) pues allí mismo, tienen un espacio que anteriormente estaba destinado para la proyección de películas por parte del cineclub Borges, pero que después de un tiempo dejó de funcionar y el espacio no tuvo actividad hasta que fue donado al cineclub Cinestudio Veinticuatro Cuadros por Segundo, los cuales continuaron su labor dentro de este. Así mismo, al estar ubicado allí, se puede notar la constante entrada y salida de visitantes al espacio a pesar de que tiene una puerta, pues no se cierra totalmente para dejar acceder a personas a la sala, sólo se deja ajustada para prevenir la entrada de luz del bar al salón.

Al estar ubicado dentro del café-bar, se puede evidenciar que algunos de los visitantes entran con cervezas o comidas que preparan allí, haciendo esto, tras haber iniciado la proyección de la película, y en constantes momentos durante la misma. También se resalta que después de una espera de cinco minutos después de la hora pactada para el encuentro se empieza con la proyección de la película, cinco minutos después del previo aviso a los visitantes del bar que la proyección va a comenzar.

Dentro de cada encuentro en los grupos de discusión, se tenía en cuenta que la cantidad de participantes disminuía en el sentido en que al término de la película la gran mayoría de personas que la habían visto, se retiraban de la discusión, a pesar de esto se podía tener una participación en los grupos de discusión por parte de quienes decidían permanecer en la sala; quienes, no siempre mostraban un interés importante frente a lo que se estaba haciendo y procuraban responder rápidamente con lo cual se generaron discusiones mucho más cortas. Así mismo, algunas veces se quedaban en la sala personas, pero no existía participación alguna por parte de estas, en cambio sí, se notaba la atención que estas prestaban a los temas e intervenciones que se venían desarrollando en los grupos de discusión.

Al culminar la proyección de la película, algunos de los visitantes se iban al instante y como los organizadores sabían que esto pasaría, se percataban de hablar respecto a la película, es decir, comentaban sobre aspectos de la ficha técnica del largometraje o traían a colación los temas que allí se evidenciaban o aspectos del realizador de la película e incluso algunos premios recibidos por el film, para al menos contextualizar a los participantes al evento de lo que acababan de ver.

1. Historia

El cineclub, funciona hace un año cumpliendo en noviembre su segundo año. Nace en el 2013, en un momento de paro de la Universidad Tecnológica de Pereira, de allí surge el nombre de 'cinestudio'. Surge de la reunión de tres amigos de otro colectivo llamado 'desparchados' de la ciudad de Santa Rosa, que luego desaparece. Deciden entonces pedir el permiso en el café-bar los Próceres de la misma ciudad para empezar a proyectar películas semanalmente en el horario de las 7:00 de la noche. Uno de los propósitos por los que nace el cineclub es de brindar la posibilidad de pasar el tiempo en Santa Rosa, ya que la oferta cultural juvenil de la ciudad es muy nula.

En sus dos años ha llevado a cabo en la ciudad la intervención de dos festivales con el objetivo de llegar a la comunidad, de encontrar otros escenarios para que los mismos integrantes a partir de sus diferentes conocimientos puedan aplicarlos dentro de una comunidad.

2. Quienes lideran o conforman

Son dos encargados constantes, al tener un equipo tan variable, con seis personas más, no siempre están en todos los procesos que se llevan a cabo dentro del cineclub.

3. Como funciona (metodología)

Se eligen las películas de acuerdo a los temas que les surgen en el momento. No tienen criterios estructurados, ya que a partir de la participación de los asistentes al cineclub es que eligen las películas por recomendación de los mismos.

Han llegado a tener ciclos por determinados temas o determinados directores, pero los ciclos no se realizan constantemente. También en acuerdos con otros cineclubes adoptan las películas

de los ciclos que ellos tienen, en el caso del festival de cine francés, se adoptó el ciclo que la alianza francesa proponía para el festival.

Uno de los criterios para la elección de las películas es que deben ser de cine independiente. Dentro de las dinámicas de la elección de la película los integrantes ven las películas y deciden si es adecuada para presentarla al público.

4. Aporte del cineclub a la sociedad

Lo que se percibe dentro de la ciudad, es que pocos reconocimientos se le dan al cineclub como estamento con una labor social. Cuando se realizan las intervenciones en la sociedad se trata de mostrar esas otras formas de pasar el tiempo, de ver otro material diferente al que ofrece la televisión.

5. Sostenimiento económico

Todo surge de la autogestión de los mismos integrantes, a veces, se realizan actividades financieras como vender bonos o separa-libros para actividades concretas o para conseguir equipos o diferentes solventar las necesidades que surjan dentro del cineclub.

6. Apoyo de entidades

En la actualidad trabaja de la mano con el cineclub Borges, ya que son los que les han brindado apoyo en diferentes actividades que se han llevado a cabo. A pesar de que uno de los principios del cineclub ha sido estar cerrado a la institucionalidad por las particularidades de Santa Rosa; pues han tenido roces con diferentes entidades que se han quedado con el crédito o incluso con proyectos a pesar de no haber aportado en nada con el cineclub.

7. Reconocimientos

El cineclub ha ganado reconocimiento dentro de la escena cultural de Risaralda ya que con colaboración del cineclub Borges ha hecho que Cinestudio se presente en diferentes escenarios y también ha permitido que crezca no sólo en la audiencia si no también en el fortalecimiento del colectivo. Fueron invitados al festival de literatura como experiencia artística y también han sido invitados al festival de ‘Ojo al Sancocho’ donde se realizaron distintos talleres, el cual, se lleva a cabo en ciudad Bolívar en la ciudad de Bogotá y vale mencionar las invitaciones a los festivales de Cinestesia y Cinespiral en la ciudad de Manizales.

8. Otro tipo de trabajos que realizan

Actualmente trabajan en un proyecto comunitario llamado ‘Crearte’ en el cual, los integrantes se dirigen a los barrios vulnerables del municipio y proyectna películas a parte de realizar talleres de producción audiovisual en la población infantil.

Dentro de otros procesos también se encuentra la vinculación con diferentes colectivos que se constituyeron en el festival de literatura de Pereira.

9. Importancia de promover estos espacios en la ciudad e impactos que genera

Principalmente es el de resignificar el qué hacer de los jóvenes que no están escolarizados, también el hecho de tener propuestas para pasar los fines de semana.

Dentro de los impactos que ha logrado el cineclub se pueden mencionar los jóvenes que están empezando a ver otras películas, enmarcados en el proceso que se da a través del cine; siendo este necesario, ya que en Santa Rosa se encuentra un alto índice de desescolarización y en este sentido, pueden tener otras perspectivas de qué hacer en sus tiempos libres.

Interrelación audiencias/cine

Después de llevar a cabo los análisis de las dimensiones y mediaciones dadas en el proceso de Cinevidencia de los dos cineclubes en cuestión, llegamos a las siguientes conclusiones de cómo estas se ven evidenciadas en las interacciones de los espectadores en estos contextos; para ello, entraremos a describir cada una y veremos los contrastes que se encuentran de ellas en cada cineclub.

Teniendo en cuenta las cinco dimensiones, la *sociocultural* se desarrollará a partir de las interacciones con la realidad propia y la otredad, la *comunicativa* se desarrollará desde la interacción con los significados, la *fruitiva* desde las interacciones con la experiencia estética; la *comercial* se desarrolla desde las interacciones con el origen de los recursos y la satisfacción; finalmente, la dimensión *artística* se desarrolla desde la interacción con la estética y la cotidianidad.

Para el desarrollo de las mediaciones; en primera medida, la mediación *individual* se desarrolla desde los conocimientos previos, la mediación *colectiva* desde los nuevos escenarios y la mediación *del medio*, desde las implicaciones que tienen los otros medios de comunicación (distintos al cine) en la interpretación del mismo.

Todo lo anterior, son los resultados que emergen desde las sub-categorías iniciales; se nombran de tal manera, ya que cada sub categoría será desarrollada, en primera medida, con los aspectos con los que fueron descritas inicialmente (cómo estas se evidenciaron en las poblaciones específicas) pero es pertinente darle importancia a los nuevos aspectos que emergen de la mano de los antes desarrollados.

Interacciones con la realidad propia y la otredad

Cuando hablamos de sociocultural dentro de las Cinevidencias, nos referimos directamente a todas las relaciones que el espectador hace del filme desde los aspectos que pueda detectar en él y llega a relacionar todos estos elementos que se tratan en la película con situaciones que vive o ve reflejadas en su contexto social, en su cotidianidad; de esta manera, Funes (2003) referencia a Tudor (1975) cuando afirma que: “*Cada filme impone un modelo cultural, define un modo social y moral, así como un entorno físico e histórico*”.

Dicho esto, en la presente investigación encontramos cómo se evidencian los aspectos de esta dimensión partiendo de los análisis que se llevaron a cabo. Dentro de las similitudes que se dan entre los cineclubes podemos destacar los análisis que parten de las **ideologías**, teniendo en cuenta que son “*el conjunto de ideas fundamentales que caracterizan el pensamiento de una persona, una colectividad o una época*” (Funes, 2003), entramos a diferenciar la manera en que los espectadores abordaron las ideas que estaban en los filmes y cómo estas interpretaciones estuvieron mediadas por la carga ideológica de los mismos.

Para el cineclub *Cinestudio Veinticuatro Cuadros por Segundo* estas se presentan de manera predominante ya que el 6,9% de respuestas totales se enmarcan en ella; la identificamos como un aspecto que los sujetos de esta población tienen muy resaltado a la hora de cuestionar los filmes; como afirma Grilli (2008): “*En un cineclub deberíamos debatir sobre los alcances ideológicos, los puntos de vista y los sentidos (es decir, la forma del contenido) que surgen del texto; para, justamente, poder reflexionar en profundidad*”, los debates dados en este cineclub están entonces, más encaminados hacia el cuestionamiento de las ideologías tradicionales, con afirmaciones de la lucha por la justicia, la libertad y en los cuestionamientos que se desarrollan sobre el origen de las creencias; cómo la figura del hombre ha sido quien ha influido en ello, así

mismo la religión.

Podemos encontrar además, cómo mencionan las creencias que se presentaban de forma explícita o implícita dentro de la película y cómo los espectadores las percibían, algunos otros se acercaban a la conclusión de que muchas de esas creencias estaban siendo manipuladas por el hombre, en otras que las creencias eran una premisa de vida y otras donde identificaban las creencias como libertades que se deben defender y que nadie puede robar. Estas son solo algunas referencias que tienen más relevancia dentro de este aspecto y cuando Funes (2003) afirma que: *“la audiencia interactúa con el filme bajo la forma de entretenimiento, con un tipo de realidad social y de estructura ideológica”*, llegamos a concluir que esta población evidencia la dicotomía entre la tendencia conservadora y la transformadora de las ideologías. siendo aquí los cuestionamientos por lo conservador los de mayor predominancia; de esta manera, se llega a la temática sobre el papel que viene jugando la mujer en el transcurso de la historia y cómo esta ha dejado la sumisión para empezar a tomar el mando en muchas sociedades; el espectador identifica cómo no solo las mujeres han venido teniendo una revolución, sino la manera en que se han dejado de ver como un símbolo sexual y cómo los hombres también están apoyando cada vez más el feminismo, ya que han identificado que este ha estado abriéndose al cambio tanto de mentalidad como de acción; en este entendido, se está viendo un enfoque más hacia lo transformador de las ideologías.

En el segundo cineclub *La Caja* identificamos este mismo aspecto pero con una predominancia mucho más baja, con un porcentaje de 1,9%; aquí los espectadores vislumbran más las películas desde los aspectos políticos a rasgos generales de la sociedad mostrada, llegaron a describir las sociedades como poco feministas, sociedades de opresión y las caracterizaban por ser sociedades conservadoras. Se referían también a los temas políticos que de manera superficial o profunda

podía mostrar el filme y cómo estos aspectos de sociedad no están directamente relacionados con sus ideologías; vemos entonces reflejada la trascendencia del proceso de recepción cuando Barbero (1998) afirma que:

Durante un tiempo el trabajo consistió en indagar cómo nos manipula ese discurso que a través de los medios masivos nos hace soportable la impostura, cómo la ideología penetra los mensajes imponiéndose desde ahí a la comunicación la lógica de la dominación.

Contrario a ello, estas audiencias abordaron desde su ideología esos mundos donde la libertad y la independencia eran indispensables no solo para los adultos, sino también para los niños. Teniendo esto en cuenta, podemos decir que el espectador está haciendo una aproximación de todos los elementos vistos en la película sin ser exactamente sus propios ideales, pero los identifica en una sociedad próxima o sencillamente en el filme mismo.

Un segundo aspecto que se relaciona en ambos cineclubes es el de la realidad social, en esta parte, los espectadores del cineclub *Cinestudio Veinticuatro Cuadros por Segundo*, hablaban desde su **realidad social** partiendo de los puntos de vista de su propio contexto social, como, por ejemplo, las personas con enfermedades terminales, sociedades que manejan crímenes organizados y cómo estos se vienen desarrollando desde tiempos anteriores en su sociedad; de esta manera se ven elementos que destacan de su realidad social entorno a las problemáticas de la misma, otro ejemplo de ello es cuando mencionan el repudio que muchas veces causan los colombianos en otros países a causa de estas problemáticas; vemos entonces evidenciado lo que afirma Gonçalves (2009) cuando dice que: “*Las imágenes proyectadas a través de una película ofrecen visiones del mundo, movilizan deseos, influyen sobre nuestras posiciones y percepciones de la realidad y nos ayudan a construir nuestra opinión sobre el mundo y sus entornos*”, de esta manera está el hecho de cómo se ven estas audiencias reflejadas en esta realidad, auto denominándose personas sanas;

relacionan todos los aspectos que pudieron ver en la película con todos los que a diario ven en sus cotidianidades, el hecho de que ellos mismos se consideren ‘sanos’ nos lleva a pensar que tienen una posición bastante contraria frente esas realidades de su sociedad en cuanto a las problemáticas y además sugieren la necesidad de prevenir en su entorno este tipo de circunstancias, están sugiriendo una opinión sobre sus entornos a partir de lo que el filme les evoca y les lleva a interpretar.

En el cineclub *La Caja* se pudo reconocer que se identificaron más con los personajes que marcaron historia en el país y como caso específico mencionaron a Pablo Escobar relacionándolo con el estilo de filme que vieron; además de ello, la realidad social la evidencian con lugares cercanos a su contexto, específicamente se hablaba de las ciudades tomándolas desde la estética y los momentos que se viven o se vivieron dentro de estas, con épocas y hechos que se presentaron importantes dentro de las mismas, de esta manera vemos cómo “*los medios influyen en diferentes ámbitos: el de la realidad, el de la fantasía, el del placer, el de la responsabilidad, el del hacer y el del pensar*” (Orozco, 1997). La lectura de la realidad no es la que el espectador vivencia, ni muchos de estos aspectos están directamente ligados a las películas que se proyectaron, pero por las temáticas que estas presentaban, se podían dar interpretaciones, análisis de fondo de las películas.

Como otro aspecto tenemos la parte de las **vivencias**. Los sujetos pertenecientes al cineclub *Cinestudio Veinticuatro Cuadros por Segundo* identificaron elementos como la soledad, la muerte y el nacimiento, los momentos difíciles, las enfermedades, cómo los personajes tenían que salir adelante independientemente de las pérdidas y modo de vida que tuvieran; aquí el espectador habla de todas aquellas experiencias que tuvieron los personajes dentro del filme y cómo son situaciones que se relacionan con su vida diaria y sus experiencias, situaciones que han

tenido que enfrentar como seres humanos en la cotidianidad y ven reflejados en la vida del personaje en pantalla según Gonçalves (2009) hay dos tipos de vivencias que experimenta el espectador al ver cine:

Por un lado la relación con un mundo concreto, delimitado, fácilmente reconocible por el espectador y que en muchas ocasiones hace mención a la vida cotidiana, y por otro, la recurrencia a fantasía, ese mundo de imaginación que nos sirve para luchar frente a esa cotidianidad, presente en las imágenes.

En este sentido, nos encontramos con una audiencia que experimenta la primera relación, vivencia a partir de su realidad concreta.

En el cineclub *La Caja* lo sujetos evidenciaron la lectura de las tradiciones, realidades, maneras de identificarse con el personaje, la capacidad de estos de adaptarse a las diferentes situaciones y cómo esta es una capacidad del ser humano, y como tal, han tenido que ponerla en práctica. Los filmes han tenido un gran impacto en la sociedad, como afirma Funes (2003):

“Estos han impactado tanto códigos como conductas, costumbres e incluso maneras de vestir, llevando al espectador a identificarse con las estrellas”. Más allá de esto, hubo identificación frente a las instalaciones que usó la película y además de ello, lograron algunos conectarse con las situaciones de muchos personajes e historias que se desarrollaban en la película, por experiencias o situaciones de su vida real a lo cual se remitieron mediante la película; cabe resaltar que estos espectadores afirman sobre algunos aspectos anteriores que son maneras psicológicas de manejar el filme, identificando no solo lo que ocurre al verse identificados allí, sino dándose cuenta de las intenciones que se tienen desde los realizadores al generar estas cercanías con las audiencias de esta manera, las audiencias de este cineclub están entrando, sin planteárselo, a cumplir lo que Gonçalves (2009) denomina como uno de los objetivos de la

educación en cine y es: “*Desenmascarar los medios, a través de un distanciamiento racional y de un análisis crítico de sus mensajes, llevando a conocer sus claves, sus lenguajes, sus limitaciones y sus intenciones aparentes y encubiertas*”, lo anterior, lo podemos abordar como implicaciones educativas de las cinevidencias dadas en este cineclub; que de manera inconsciente y sin planteamientos pedagógicos se están dando al momento de las interacciones.

Ahora, nos adentramos a destacar otro de los puntos que los espectadores en gran manera trataron y fueron los **estereotipos sociales**; Gonçalves (2009) afirma que: “*Los medios de comunicación, y en concreto el cine, utilizan, desarrollan y modifican estereotipos*”, dentro de esta lógica, los espectadores identificaron los elementos que se usaron en la película para darle forma los personajes dentro de la sociedad que se estaba mostrando, colocaron en la discusión los estilos de vida de los personajes, los deseos de las adolescentes en cuestión de la vanidad; los diferentes roles económicos en la vida del hogar, el estereotipo de la vida en las drogas y el consumismo, el deseo de tener, el estereotipo de persona que vive en la vida social nocturna, diferentes historias en cada uno de los personajes, la tranquilidad que generaban algunas interpretaciones, y demás aspectos que caracterizan a los personajes como estereotipos de personas cercanas a la sociedad del espectador lo que hizo que este los destacara. Cabe mencionar, que estas ideas de estereotipos se encontraron únicamente en el cineclub *Cinestudio Veinticuatro Cuadros por Segundo*.

Otro aspecto de convergencia entre ambos cineclubes es cuando se refieren a las **estructuras/fenómenos sociales**, que son aspectos a partir de los cuales se explica lo sociocultural, y se refieren a todas aquellas actitudes y factores que caracterizan al hombre dentro de una sociedad y a la sociedad en sí misma, según Funes (2003) quien afirma que:

De aquí se deriva que la estructura textual de un texto cinematográfico nunca posee un único

significado sino que ésta va en relación con la situación social del espectador, con sus prejuicios, adhesiones y resistencias elaboradas por el contexto en que se halla.

El espectador identificó dentro de las películas aspectos como un contexto humanístico, los sistemas que regían las sociedades, identificó fenómenos como las drogas y la permeabilización que hacían estas en los personajes, también el sistema de creencias que se desarrollaba allí, la diversidad cultural, la estructura de la familia en una sociedad, los roles matriarcales o patriarcales de la misma y otros aspectos que logró percibir y explicar gracias a sus cargas ideológicas e históricas concebidas desde su contexto social, desde sus aprendizajes y creencias plantados desde siempre por su sociedad como lo son lo que denominaron micro mundos, concepto que usaban para referirse a fragmentos desde donde se vive una sociedad, por ejemplo la familia.

Ahora bien, la identificación de estructuras y fenómenos sociales hechos por las audiencias del cineclub *La Caja* se dio a través de la identificación de fenómenos en épocas, crisis históricas, años específicos; se hablaba también de la norma, las culturas diversas, los entornos sociales con características propias y la cuestión por una sociedad basada en lo moral y cómo en este contexto, ciertas acciones del sujeto sugieren rechazo social. Dentro de estos fenómenos se tratan además las sociedades mafiosas, las formas de prohibición, los embarazos no deseados, cómo el hombre al pasar el tiempo se ha visto en un segundo plano socialmente, el tema de las drogas como cultura, las diferentes épocas, el libertinaje que se manejaba en la épocas, los pensamientos moralistas que se tenían dentro de la película, la inutilidad de las normas. de esta manera vemos cómo, según Gonçalves (2009): “*El medio cinematográfico ofrece modelos simbólicos que juegan un papel fundamental en la conformación de la conducta y la modificación de normas sociales*”, la cuestión por esas normas y por las conductas en el filme

sugeridas, fueron aspectos relevantes y constantes en la discusión de esta audiencia frente a las estructuras de sociedad que se mostraban.

Otro aspecto visto por los sujetos del cineclub *Cinestudio Veinticuatro Cuadros por Segundo* fue el de la **familia**, el valor de esta, el de la unión, el apoyo entre los sujetos, destacaban al hombre como responsable de su familia, y además de ello, la diversidad del núcleo familiar y cómo en cada país puede variar ese prototipo de grupo social. Según esto y según todo lo recopilado con la investigación, los espectadores en este apartado, no solo hacen distinción de diferentes aspectos que mostraron las películas sino que se reconocieron con cada uno de esos elementos; de esta manera y siguiendo a Gonçalves (2009) quien afirma que: *“aunque existan distintas clasificaciones de mediación, todos consideran primordial a la familia, los grupos e instituciones sociales y en sentido general, las diferentes instancias que van de lo micro a lo macrosocial, como fuertes elementos de mediación”*, vemos que para este cineclub está influyendo en gran medida la familia a la hora de la recepción.

El siguiente aspecto a desarrollar aquí es la **otredad**, en este apartado el espectador identificó aspectos que eran importantes pero que se tratan en otros países, lejos de su contexto; estos incluyen las normas, el porte de armas que se maneja de manera legal en EE.UU, los símbolos que representan cada país. Actividades o hechos que pasan en contextos de EE.UU y que aquí en el país no serían posibles, las sociedades que se manejan en Inglaterra y Estados Unidos, es la capacidad que tienen los sujetos y aprovechan desde el filme para reconocer, respetar y convivir con la diferencia que se muestra en pantalla.

Estos aspectos aunque el espectador no los ha vivido, son relacionados por hechos que haya apropiado en otros contextos y otras películas u otros entornos de aprendizaje que los aborde, para este aspecto, Funes (2003) afirma que:

La recepción, entonces, no tiene tanto que ver con el orden del conocimiento, de los códigos o de los mensajes; tiene más relación con el orden del reconocimiento, de las matrices y de los formatos culturales. De manera que las diferencias no se configuran en o por la recepción, sino que se "encuentran" y se "reconocen" en ella.

El espectador se percató de estos aspectos, porque se da cuenta de que en nuestro país es imposible que muchas de estas cosas ocurran, pero que sí son posibles en esas sociedades; de esa manera caracterizan los otros lugares, otras realidades, con esto el espectador evidencia la capacidad de reconocer la diferencia de sociedades externas, de reconocerse, encontrarse o desencontrarse en tales formas de la cultura y la sociedad representada.

La **empatía** es otro de los aspectos a tratar. Teniendo en cuenta a Funes (2003) cuando menciona que: *“ante las imágenes cinematográficas cuya fuerza no está tanto en lo que nos dice a través del relato filmico, sino en lo que nos sugiere, en lo que nos hace sentir, pensar y actuar”*. Podemos decir, que los espectadores de este cineclub tuvieron la capacidad de sentir de la forma en que el personaje hacía ciertas cosas, o bien, de la forma en que lo hacían las personas del contexto, sentir o imaginarse sintiendo la crueldad o felicidad de los hechos mostrados allí; esto se refleja a partir de los sucesos del filme, elementos como las guerras, las muestras de sociedades duales, opiniones morales y otros elementos que caracterizan este hecho de que el sujeto se identifique en cierta medida por cuestiones que, aunque no son expresadas de tal forma, pudo haber vivenciado.

Finalmente podemos mencionar, que en ambos cineclubes, aunque trataron aspectos diferentes, interactuaron con el filme de acuerdo a sus realidades sociales y sus estructuras ideológicas. De acuerdo con esto, el filme a su vez hizo una intervención en el sujeto y de esta

manera ellos reconocieron esas diferentes narrativas que tratan los aspectos sociales, culturales y morales que tiene al igual que una película, cualquier sociedad.

Interacción con los significados

Esta dimensión comunicativa más que ver el cine como una industria, la ve como una maquinaria que produce y conecta significados. Según Correa (2007) estos: “*son el resultado de una serie de configuraciones sociales, de mediaciones, de relatos, de redes de significación y de entrecruzamientos ideológicos*”. Es así como, en este apartado entraremos relacionar las similitudes que cada cineclub tuvo frente a los aspectos de esta dimensión.

El primer encuentro que tienen los cineclubes está en lo **narrativo**, y son los elementos que forman el mensaje, la manera en que este se cuenta al espectador; desde el cineclub *Cinestudio Veinticuatro Cuadros por Segundo* se menciona la linealidad que maneja la película, los micro dramas que desarrollan los personajes, las metáforas que se utilizan, las diferentes maneras en que contrastan el filme, el hecho de que identifiquen cómo se desarrollan los personajes en los diferentes ámbitos de la película; de esta forma el espectador está haciendo una interacción de significados, entre los vistos en la película junto con los suyos previos ya que de acuerdo a sus lógicas y contextos interpreta cada elemento que es allí presentado.

El cineclub *La Caja* se encamina más por los aspectos técnicos que se desarrollan en el filme. Se identificaron en este, aspectos sobre los diálogos, la claridad que estos manejan, los comienzos en una escena, las explicaciones y la sinergia de expresiones incluidas. Es lo que Funes (2003) afirma de esta manera: “*El espectador tiene que ser copartícipe de la intertextualidad y poseer unas destrezas en la lectura de las técnicas narrativas vehiculizadas*”, en este sentido, los espectadores notaron también las narrativas de los personajes, los lenguajes,

la interpretación de la música, el aporte y la representación que hacía esta. Los contextos que les generaba el uso de la cámara, las acciones que con esta se llevaban a cabo, la combinación de diferentes técnicas y otra gran variedad de aspectos y elementos que estaban en la construcción del filme. Son esas destrezas técnicas amplias para llevar a cabo una lectura del filme las que se evidenciaron en este conjunto de espectadores que a su vez, marcaron la diferencia entre la interpretación de ambas audiencias frente a este apartado.

Por otro lado tenemos los aspectos del **argumento**, que en síntesis es la esencia de la historia, lo que es contado a grandes rasgos en una película. En esta parte los espectadores hacen una conexión con el filme y de esta manera, como menciona Funes (2003): “*Entablan un diálogo con el cine a través de sus géneros y los temas, argumentos, personajes e imágenes que vehiculizan cada uno de ellos*”. Para de esta manera llegar a diferentes posiciones y análisis sobre el filme que se está discutiendo.

Para comenzar, desarrollaremos las interpretaciones del cineclub *Cinestudio Veinticuatro Cuadros por Segundo* quienes en la parte del argumento, identificaron elementos tales como la violencia, percibieron locura, drama, psicodelia, paranoia, todo ello como recursos que se usaron durante la película; relacionaron con esto el proceso de paz que se vive en el país, la religión en cuanto al hecho de pertenecer a alguna institución de este tipo, identificaron que en algunas cosas no había conexión con el mensaje que se quería transmitir y demás temáticas que se desarrollaron dentro del filme. Estos sujetos hicieron estas relaciones con respecto a todo lo que como ciudadanos están viviendo dentro del país y lo conectaron con hechos que la película estaba mostrando.

Con el cineclub *La Caja*, podemos decir que lo que ellos identificaron del argumento en cuanto a la historia fue más cercano a la manera en que este estaba siendo desarrollado, el hecho

que fuera de manera consecutiva, las características de las historias, hablaban desde cómo les llegaba la violencia, percibieron elementos que generaban caos, en cuanto al gusto, identificaron e interpretaron la intención que se tuvo al hacer llegar el mensaje; aunque tenía escenas violentas, estas le causaban gracia; del guión identificaron falencias como por ejemplo, la forma en la que tratan superficialmente el suicidio, el gusto por la historia y la locura detallada en los personajes. De esta manera, los espectadores están haciendo un cruce entre la ilusión de realidad que se genera desde la estructura de la película y su estructura mental como sujetos, pero además de ello, están haciéndolo de la manera en que lo plantea Gonçalves (2009) frente a los mensajes del medio audiovisual diciendo que: *“Se vuelve necesario y urgente cambiar la forma de interpretarlos, comprenderlos, lo que implica un cambio de comportamiento en la actitud receptiva, para una actitud más participativa y activa”* hecho que vemos acá evidenciado en esta audiencia.

En el siguiente aspecto tenemos lo que es la **articulación de significado fílmico** partiendo del **personaje**, como menciona Funes (2003): *“Es posible configurar un espectador activo, con capacidad de transmitir y poner en común las sensaciones propias sobre lo evocado o significado en el filme”*. En esta parte el espectador destaca actitudes y aptitudes a manera de cómo los personajes están llevando y transmitiendo al espectador el mensaje; los espectadores del cineclub *Cinestudio Veinticuatro Cuadros por Segundo* identificaron aspectos como las características, las visiones, el poder de decisión, la lucha, los deseos, contextos y demás de los personajes de la película. Estos identificaron también algunos sentimientos y emociones que demostraban los personajes en diferentes escenas y estados en los que estos se encontraban y la manera cómo influía en el mensaje; es decir, todo lo que había detrás de la realidad de ese personaje para que actuara de X o Y manera.

Para hablar de los espectadores del cineclub *La Caja* notamos que estos destacan tanto las características como la forma en la que se desarrolló el personaje; ven a este desde diferentes perspectivas; desde la estética, los diálogos que generan, la personalidad que tenían, y diferentes aspectos que los identificaron; en este punto el espectador está yendo más allá de una primera interpretación del personaje como parte de una narrativa fílmica; se adentra en lo que este es como un sujeto real, la capacidad que tuvo de tomar una decisión, todo lo que influyó en él y cómo ese contexto del personaje podría cambiar el rumbo del mismo.

En el cineclub *Cinestudio Veinticuatro Cuadros por Segundo* se identificaron también los **indicios** que generó la película en los espectadores para predecir acontecimientos que se desarrollarían posteriormente; en el actual apartado nos referimos a que el espectador en cierto momento del desarrollo fílmico ya había captado los mensajes que llegarían posteriormente y los giros que iba a dar el filme; estos desde la perspectiva de algunos de los espectadores que lograron identificar estos índices que daban la forma narrativa al filme.

Por su parte, los espectadores del cineclub *La Caja* entraron a analizar los indicios, que tratados por Funes (2003) se convierten en: “la necesidad de estetizarlo para ubicarlo en el horizonte personal requiere de la invención de referentes. Esto permite al espectador reconocerse en el presente y atar cabos con el pasado”. De esta manera, los espectadores entran a dar el posible mensaje final del filme desde las bases científicas que puede tener la temática del mismo, adentrándose en las maneras en que se orienta el mensaje y detallando en lo que son específicamente las advertencias que se hacen al espectador a través de la construcción del mensaje fílmico.

En el cineclub *La Caja*, se identificaron unos aspectos importantes que hacen parte de los **entornos**, estos vistos como el conjunto de factores, tanto sociales, como culturales, económicos

etc. que influyen en el estado de desarrollo del filme, Funes (2003) habla de cómo: *“se mezclan distintos lenguajes sociales y estilos para establecer un único discurso, y de cómo los discursos se constituyen "dialógicamente" con la interacción entre todos los factores presentes y pasados de cada situación comunicativa”*. En este caso los espectadores identificaron los pensamientos, los moralismos, las formas diferentes de conciencia, el rechazo a lo social y a las reglas, además de los contextos y diferentes perspectivas que se desarrollaban allí. El pensamiento libre de algunas sociedades, el país donde la película se pudo desarrollar, y dentro de esto, símbolos importantes como la bandera, la sociedad y elementos militares que se presentaban en los filmes, lo que da forma al mensaje que la audiencia lee, interpreta, significa.

Teniendo en cuenta que la dimensión comunicativa no ve el cine solamente como una industria, sino también una forma en que el espectador bajo sus lógicas y contextos logra dar diferentes interpretaciones de lo visto a través de la pantalla, nos encontramos acá con la manera en que se da el cruce entre la ilusión y la realidad y cómo esto se genera desde la estructura mental del individuo y la estructura del filme.

Interacción con la experiencia estética

Esta dimensión frutiva hace referencia a todo el acto de ver cine y su vez disfrutarlo, Funes (2003) afirma que: *“El visionado de todo filme suscita sentimientos y emociones, recuerdos, deseos, aspiraciones o necesidades y permite experimentar identificaciones o rechazos con lo que se narra o con lo que se muestra”*. En esta parte el filme se crea una conexión con el espectador que hace que se involucre toda la parte emocional y sensorial para ser la constante que se da en la recepción; entraremos a desarrollar entonces el disfrute del filme desde los siguientes aspectos:

En el cineclub *Cinestudio Veinticuatro Cuadros por Segundo* se desarrolla lo fructífero desde la **empatía**, nos encamina a caracterizar el disfrute de esta Cinevidencia en el sentimiento de relación afectiva que experimenta el espectador por la realidad que está afectando al personaje o al contexto social de la narrativa fílmica. Así como afirma Funes (2003): *“El filme nos atrapa, nos hechiza, actúa sobre nosotros haciéndonos reaccionar de una forma inconsciente llevándonos del miedo a la risa, de la angustia a la satisfacción”*. Aquí se identifican entonces aspectos como la preocupación, la sensación que transmitía el personaje estando bajo los efectos de las drogas, la apariencia física que tenía el personaje; todo esto le generó a este espectador un recuerdo muy fuerte, por el hecho que, o a quien posiblemente identificó o relacionó con el personaje. También, se encariñó con algunos personajes, sintió tristeza por los modos de vida que se mostraron en el filme y entre muchos otros podemos destacar que los personajes que se lastimaban en la película generaron reacciones en el espectador. Teniendo esto en cuenta podemos decir que en este cineclub las emociones jugaron un papel muy importante, aquí el filme interactuó con la audiencia logrando esa empatía.

En el cineclub *La Caja*, tenemos que la empatía con los personajes o con las situaciones fílmicas, se identificaron aspectos de las películas como depresión y felicidad, caracterizaron los personajes como extravagantes, para esta audiencia la cuestión de la empatía se genera desde lo que puede llegar a sentir de la construcción del personaje, el gusto por esa construcción y las actitudes con las que el personaje se desarrolla son cuestión de agrado para el mismo.

Otra de las similitudes que tuvieron ambos cineclubes fue el aspecto de la **afinidad**, refiriéndose a todas aquellas coincidencias de gustos, caracteres u opiniones entre el espectador y el personaje. Como menciona Funes (2003): *“El visionado de todo filme suscita sentimientos y*

emociones, recuerdos, deseos, aspiraciones o necesidades y permite experimentar identificaciones o rechazos con lo que se narra o con lo que se muestra”.

Los elementos que los espectadores del cineclub *Cinestudio Veinticuatro Cuadros por Segundo* identificaron de las películas y que sobresalen, fueron momentos donde el sujeto se sintió demasiado tensionado con el filme hasta tener que retirarse, identificó el drama de las familias que se mostraba en el filme, las sensaciones que producían las drogas en los personajes y que quizá también podrían estar sintiendo los espectadores; identificaron las reflexiones de vida de las que habla la película al tratar temas sobre enfermedades terminales, por ejemplo. El filme hizo sentir al espectador cercano a las historias y este recordó momentos en los que tuvo que convivir con situaciones como las que se presentaban; otro de los mensajes era la importancia de la familia, lo identificaron y se sintieron cercanos con esta clase de películas, de allí partía el gusto por el filme.

En el cineclub *La Caja*, los espectadores identificaron aspectos con los que tuvieron cierta afinidad, como las emociones que sintieron y las conexiones que tuvieron con las historias, identificaron tipos de sociedades y regímenes políticos como las dictaduras; el disfrute por el filme o las emociones del mismo residen en experiencias más allá del gusto; trascienden a las conexiones del espectador, los sueños y los deseos que tiene y que comparte con los personajes en pantalla.

Todos los aspectos identificados por los espectadores en cada uno de los filmes, hacen referencia a aquellas reacciones y conexiones que produjo el filme en él, generar alegría, tristeza, angustia o pasión. Llega a ser la dimensión en donde como afirma Funes (2003): *“El placer del texto no radica en lo que vale la pena recordar sino en lo que vale la pena experimentar por parte de las audiencias”.*

En el cineclub *Cinestudio Veinticuatro Cuadros por Segundo* se identificó un aspecto que tuvo un mayor número de referencias y fue el de **entretenimiento**, hablando desde todos aquellos elementos que el espectador destaca del filme pero que los captó únicamente porque sintió gusto o placer al verlo. Se replica en este espacio lo que menciona Funes (2003): *“Disfrutamos de la contemplación de un espectáculo con un grupo anónimo de personas que probablemente no tienen nada en común con nosotros salvo el deseo de contemplar ese filme particular en la sala comercial”*. El gusto por la película, la emoción que le generó, las intensidades que se manejaron en ella, los diálogos, las escenas, las tensiones y alegrías, la emoción y sorpresa que los filmes estaban transmitiendo, todos estos aspectos tuvieron en cuenta los espectadores a la hora de dar la interpretación sobre las películas en los grupos de discusión desarrollados después de cada proyección, aspecto que no los lleva a trascender como cineclub de lo que se vivenciaría en una sala de cine común.

En el cineclub *La Caja* también se vio evidenciado el aspecto del entretenimiento y se desarrolla de una manera bastante similar a la que fue desarrollada en el anterior cineclub; pero a pesar de ello, la idea del entretenimiento tuvo una preponderancia mínima con respecto al primero.

Por el contrario, las audiencias del cineclub *La Caja*, expresaron el disfrute del filme desde los aspectos **técnicos** de las películas, lo que Funes (2003) menciona como: *“Sujeto-espectador que se constituye (...) en referencia a las condiciones técnicas del cine, a las circunstancias metapsicológicas en las que se consumen los filmes y a la paralela existencia de unas determinadas características del texto fílmico”*. Esto, con todo lo que les generó sentimientos y está justificado en las técnicas con las que ellos mismos detectan que se desarrolló el filme, fueron estos los aspectos que los sujetos más destacaron; las sensaciones que les causaban los

colores de las diferentes escenas, la representación que hacían los personajes, el gusto por las películas independientes; otro aspecto a mencionar, es el gusto por las apologías que manejaban los filmes, fueron los aspectos que los integrantes del cineclub *La Caja* dieron más importancia y los que cautivaron más su atención. Con esto se puede llegar a interpretar que son sujetos con más conocimientos en aspectos de la parte técnica a nivel audiovisual. En este aspecto que marca la diferencia de esta audiencia con respecto a la anterior, entra a evidenciarse lo que afirma Gonçalves (2009): *“Es necesario que los más jóvenes adquieran los conocimientos esenciales, aprendiendo nociones elementales de lectura y escritura centradas en una perspectiva cultural de ciudadanía y técnica, obteniendo así capacidad para analizar de forma crítica lo que consumen”*. Estas nociones que se evidencian constantemente en los cineclubistas de *La Caja* son las que han marcado las diferencias y las que han hecho trascender cada una de las mediaciones desarrolladas en las cinevidencias.

Teniendo en cuenta todos los anteriores aspectos, podemos decir que en ambos cineclubes la dimensión frutiva estuvo bastante marcada en cada audiencia, ya que aunque se desarrolló de formas diferentes, en ambos se detecta la cinevidencia desarrollada desde el gusto y el disfrute del cine en sus diferentes perspectivas.

Interacción con el origen de los recursos y la satisfacción

En la dimensión comercial, debemos tener en cuenta que todas las producciones fílmicas que se realicen son inevitablemente parte de las lógicas del sistema capitalista, sean parte del cine independiente o comercial, cada producción lleva un valor económico y un objetivo desde los realizadores para entretener y mover la economía, al tiempo que estos están generando una idea de sociedad. Dicho esto, las interpretaciones y los análisis que los integrantes de cada cineclub hicieron frente a la comercialización del cine corresponden a esta dimensión.

Encontramos aquí, que entre los cineclubes hubo tres similitudes en cuanto aspectos que ellos identificaron, el primero es el aspecto del cine como una **industria cultural** que como lo plantea Funes (2003):

La realización fílmica es un negocio, que los motivos del estudio, la producción, distribución y comercialización de los filmes responden a razones comerciales y que todos los esfuerzos de las corporaciones tenderán a satisfacer los gustos del público y de ese modo sus intereses económicos.

Estos aspectos, vistos desde el cineclub *Cinestudio Veinticuatro Cuadros por Segundo*, identifican cómo un producto fílmico que se enmarca en lo cotidiano, se convierte en menos vendible y esto lleva a creer que por esta característica del filme, se hizo más como una obra de arte. Otro aspecto a resaltar es que el espectador considera que en Colombia se necesitan más industrias sobre cine, así como también afirma que cada filme realizado se hace con el fin del consumo masivo, siempre que sea posible, y esto es casi como un círculo vicioso, donde se produce, se vende y se gana el triple o más con cada vista de ese filme. Otro aspecto a resaltar es que el espectador identifica diferentes elementos que considera son característicos del cine comercial.

En la parte de la interpretación cine como industria cultural en los espectadores del cineclub *La Caja* podemos identificar que estos sujetos no solo se fijan en aspectos económicos, sino también aspectos de tipo técnicos, en cómo el cine comercial es una plantilla; señalan y diferencian que hay historias que fueron pensadas específicamente para vender, ven en las películas comerciales contenidos vacíos, lo cual ellos interpretan como un cine que es simplemente comercial, es la evidencia de que el cine existe dentro de un contexto de relaciones y prácticas económicas ha servido para sostener la teoría de que son producto de una industria

capitalista (Funes, 2003) estos espectadores destacan los aspectos materiales, las productoras que realizan los filmes, las plantillas que usan y todos estos elementos los ven y los relacionan; hacen intrínsecamente una conexión de cómo se origina el filme con el contexto o la realidad económica que lo rodea; otro aspecto que destacan es que en algunos países de Europa ven al director como un semi-dios, mientras que en EE.UU es el productor quien podría muchas veces ganarse ese título; todo ello en la diferenciación que se hace de un cine netamente comercial y un cine que trasciende este hecho; destacan entonces el trabajo del “cine de director” y comparan también los presupuestos que se generan en la calidad de la producción, entonces si se tiene un bajo presupuesto, el filme reflejará eso, mientras que si se cuenta con un buen presupuesto, se tendrán resultados de mayor calidad; otro aspecto es que identifican dos clases de presupuesto bajo, el real y el de los “gringos”, siendo el segundo mucho mayor en números al primero, lo cual diferencia de forma sustancial el cine que se realiza en Estados Unidos y el que se realiza en otros lugares del mundo. Según esta interpretación, la calidad varía según el lugar donde se encuentren ubicados geográficamente y los recursos que esta sociedad pueda ofrecer a la producción filmica.

Otra similitud entre ambos cineclubes es la de la **satisfacción**, cómo según los espectadores el presupuesto pudo o no influir en el nivel de agrado que dejó el filme es de esta manera se evidencia que *“todos los esfuerzos de las corporaciones tenderán a satisfacer los gustos del público y de ese modo sus intereses económicos”* (Funes, 2003).

Lo cual para el cineclub *Cinestudio Veinticuatro Cuadros por Segundo* fue realmente importante este aspecto, no en cantidad de opiniones, pero sí en las relación de ellas; las audiencias afirman que el dinero que se invierte en las producciones no es directamente proporcional a la satisfacción, más sí influye en esta; en el cineclub *La Caja*, por el contrario, se

encuentran más aspectos que abordan el presupuesto que se tiene para cada idea que va a ser llevada a la pantalla; es decir, una idea siempre debe estar acompañada de la posibilidad de realizarla, esta posibilidad está directamente relacionada con el presupuesto, los recursos que se tienen para tal realización; las locaciones que se usan en realizaciones de bajo presupuesto, la justificación del dinero que se usa en las producciones sea comercial o independiente, los discursos están mediados por todo esto; otro aspecto aquí a mencionar es que los espectadores hacen una relación no solo del presupuesto del cine, sino también de los demás medios como la televisión, mencionan el punto de quiebre entre el cine como obra de arte y como producto comercial, de esta manera como Funes (2003) afirma: *“Una vez superada la etapa artesanal y cuando se le incorpora una base tecno-industrial financiera, el cine se convierte en industria”*, en esta misma vía, los espectadores aquí mencionados, reafirman la idea de que realizar una película, esta tiene el carácter de obra de arte y que al estar finalizada, tiene el carácter de mercancía. Sin importar el filme que sea, si de carácter independiente o comercial, ambos venden y estos espectadores lo abordan desde ese punto de vista.

Para finalizar con estas similitudes, nos damos cuenta que las **condiciones materiales** tanto de los personajes como del contexto entran a abordar otra de las interacciones en cuanto a análisis comercial que se encontró en ambos cineclubes. Los espectadores del cineclub *Cinestudio Veinticuatro Cuadros por Segundo* analizan la vida del personaje desde las condiciones en que estos se mostraban, el modo de vida que llevaban, los alimentos que consumían y en sí, la condición económica abordada también desde elementos materiales como carros, armas y lujos a partir de los cuales explicaban el carácter económico del personaje. vemos en este sentido que el lenguaje cinematográfico comprende los recursos significantes que

hacen posible construir una película como discurso (Gonçalves, 2009) y todos estos recursos del personaje hacen parte de la construcción discursiva del filme.

En el cineclub *La Caja* este aspecto no fue muy constante pero a pesar de ello, sí llegaron a hacer abordajes mirando las condiciones en las que esa sociedad se encontraba y de acuerdo con esto analizaban cómo era económicamente la vida de ellos, esto desarrollado desde las locaciones que se usaron, herramientas generales que llevaban a sacar las conclusiones de cuáles eran las condiciones de vida que estaba mostrando el filme.

El último aspecto el cual fue abordado por el cineclub *La Caja* fue el **origen de los recursos**; estos espectadores en el ámbito de los recursos, tuvieron en cuenta el presupuesto y el dinero que se pudo haber invertido en las producciones, el tipo de película, el país donde estas producciones fueron realizadas; y como Funes (2003) afirma: *“Esto también es válido para el cine de autor o el cine independiente, toda vez que esas realizaciones se sustentan en una base de producción económico-financiera”*. En este sentido, la audiencia estuvo interactuando con el filme a partir de aspectos que podían requerir un rigor más profundo de análisis y esto gracias al conocimiento del medio audiovisual y a la previa información de estos mismos con lo que pueden llegar a desarrollar la discusión teniendo conocimientos de qué empresas, o en qué países se originaron los recursos para esta producción.

Interacción con la estética y la cotidianidad

Retomando a Funes (2003): *“El cine es una poderosa herramienta cultural que permite conocer algunos elementos de la condición humana a través de la imagen y del sonido enriquecido con todas las bellas artes para tratar de impactar al intelecto y a la emoción”*. Cada filme guarda una relación con la historia y la cuenta de tal manera para que el espectador pueda reconocer y conocer temas que le conciernen.

Para empezar con esta dimensión, los dos cineclubes identificaron diferentes aspectos que caracterizan de cierta forma los filmes proyectados. El cineclub *Veinticuatro Cuadros por Segundo* se ubicó básicamente en tres aspectos, el primero fueron los **contextos históricos**; vemos en este análisis cómo nos ayuda a no olvidar que los filmes no son puntos aislados, guardan conexiones con la historia (Funes, 2003); estos espectadores identificaron en qué épocas estaban basadas las escenas de algunas de las películas, las guerras que mostraron y el contexto histórico al que hacían referencia; las persecuciones, la violencia que se llevó a cabo en cada guerra, los elementos históricos que se usaron, el recorrido por los diferentes países, los contextos políticos que se desarrollaban en esa época y cómo los mostraba la película; otro de los aspectos que identificaron fue el que debido a la época en que uno de los filmes se desarrolló, la comunicación era bastante complicada, este espectador por medio de sus conocimientos hace la relación del contexto histórico donde la película se desarrolló y su realidad actual; identificaron cuáles eran los medios de comunicación que estaban latentes en la época y qué hechos históricos ocurrieron hasta ese entonces.

Otro aspecto que identifican los espectadores de esta dimensión, es el que está enmarcado en el **rol de la mujer**, teniendo en cuenta a Funes (2003) cuando se refiere a que: *“Las películas no sólo cuentan historias sobre otros (pasados o presentes). También, y fundamentalmente, nos permiten descubrir a la sociedad que las produce y recibe”*, estos espectadores retomaron cómo ha sido considerada la mujer en las diferentes épocas, cómo las muestran las películas, reconocen hechos como la liberación que tuvo la mujer, describieron también que la representaban como un símbolo sexual, cómo la inquisición marcó la historia de las mujeres y cómo finalmente con esta lucha por el poder se logra después de mucho tiempo y logra tener voz en la sociedad.

El último de los aspectos que identificaron estos espectadores del cineclub *Veinticuatro Cuadros por Segundo* es lo que se refiere a lo **estético-cotidiano**, los espectadores al analizar los filmes hacen referencia al arte como cotidianidad, como majestuosidad, la historia como obra cotidiana; identifican además lo que ocurre con las familias en latinoamérica, la locura que producen la drogas, los aspectos sociales en cuanto al contexto en el que se desarrollan las historias y la violencia que puede traer el hombre a partir de ello, esta audiencia hizo una identificación de elementos y aspectos de las películas meramente encaminados a crear una estética desde el contexto que aborda, con lo cual puede decirse, que al no basarse tanto en aspectos a nivel de técnico, son unos espectadores con pocas herramientas técnicas para abordar los medios pero con cierta habilidad para desarrollarse el ámbito artístico del filme y explicarlo a partir de su cotidianidad; esto se acerca a lo que se llamaría la noción de belleza por el placer de la participación (Funes, 2003) y se refiere a lo que el sujeto logra identificar como estético, en la posibilidad que eso mostrado en pantalla tenga vínculo con su propia realidad; a partir de allí, de esa relación de contextos, en los que el espectador pueda identificarse, logre participar, es donde se describe la estética de un filme.

Por otro lado, tenemos cinco aspectos identificados por el cineclub *La Caja*, el primero de ellos basado en las **artes**, que como menciona Funes (2003): *“Desde el punto de vista artístico es interesante el análisis del cine en relación la audiencia porque nos permite ver cómo, dentro del cine comercial, el lenguaje artístico individual puede hacerse público”*. Aquí los espectadores analizan los cambios actuales, las transposiciones que se han dado con el arte a la pantalla; las épocas mediáticas, las narrativas del contexto, la lectura de este mismo y la acción que se desarrolló en las escenas; todo ello da cuenta de las nuevas formas de utilizar los medios artísticos, gracias a las pantallas.

El segundo aspecto analizado es el de los **contextos históricos**, la época y los acontecimientos que ocurrieron en el contexto, las guerras, dictaduras y sufrimientos que se vivieron allí, personajes famosos que marcaron la historia por sus hechos, cómo las drogas influyeron también en las diferentes épocas y es en este sentido que De La Torre (1998) afirma: *“Cada película es un espejo de intereses, valores, inquietudes y problemas, un vehículo de ideologías no sólo de la época en la que se inscribe el relato, sino de aquella en la que se produce”*.

Estos espectadores identifican que aunque la historia quedó en el pasado (temporalmente hablando) el cine es el medio capaz de reproducirla y devolvernos a ese espacio donde se produjo y mostrar cómo se dieron todos esos hechos que hoy recordamos.

El cine -entre otros medios de comunicación social- ha contribuido a un proceso que podríamos denominar de implosión referencial, es decir, ha modificado nuestra estructura de la experiencia cotidiana porque ha multiplicado nuestras capacidades de apropiarnos reflexivamente de ciertas enseñanzas que probablemente no vendrían de los encuentros diarios en los lugares que constituyen nuestro mundo en torno al trabajo-hogar-consumo. (Funes, 2003)

Como tercer aspecto encontramos lo **foráneo**, esto visto como lo que la audiencia identifica y reconoce, pero que sabe que se produce en otros lugares, fuera de su alcance y de la perspectiva de su país o ciudad. En este ámbito se identifican los estilos de vida que se dan o se dieron en países europeos, los contextos, las diferentes clases de sociedades que surgieron y los periodos en los que se desarrollan todos estos hechos.

Otro aspecto es la **estética-cotidianidad**, en este aspecto se une la noción que tienen los espectadores de belleza pero ahora en un ámbito más técnico; el espectador identifica los contextos en los que desarrolla el personaje, la estética con la que este está manejado, ven aspectos como la violencia como una expresión artística e identifican expresiones artísticas que

están llegando a sus contextos cotidianos. Como Grilli (2008) afirma: *“La existencia del proyecto social del cineclub está justificada en la convicción de que el cine es un lenguaje en construcción, con exponentes de aguda inteligencia y sentido estético, y con obras que siguen siendo capaces de asombrar nuestros sentidos”*. Aquí los espectadores relacionan hechos de la película con sus realidades y reviven lo estético dentro de los filmes; es decir, la realidad está en pantalla, pero no es la realidad lo que más vale; sino esta realidad cómo está siendo contada, estéticamente.

El último aspecto que se identifica son las **ideologías** que ven representadas en el filme, contextos políticos, libertades políticas, los ideales que se tenían en un pasado sobre el arte, las corrientes europeas que siguen todavía varios directores y cómo en ciertas épocas las mujeres de diferentes lugares del mundo empezaron a tener libertad de pensamientos y cambiaron formas de expresión que venían arraigadas desde tiempos pasados. De La Torre (1998) menciona que: *“Cada película es un espejo de intereses, valores, inquietudes y problemas, un vehículo de ideologías no sólo de la época en la que se inscribe el relato, sino de aquella en la que se produce”*. Todo esto, desde el punto de vista artístico, se vuelve interesante al hacer el análisis que se da en relación al cine con las audiencias, porque nos permite ver cómo los lenguajes artísticos nos ayudan a no olvidar que los filmes guardan una estrecha relación con la historia.

Las mediaciones de la audiencia

En cada finalización de una película en cine, los espectadores generalmente terminan dando sus interpretaciones del filme en su totalidad pero también de escenas en particular. Esto, de acuerdo a la información previa que tienen, su capacidad de atención y sus deseos son orientados por sus percepciones sin preguntarse cómo todos estos aspectos han influido en esa interpretación. A esto nos referimos con las mediaciones, las cuales tienen tres elementos importantes basados en lo individual, lo colectivo y lo del medio y retomando el postulado de Orozco (1997) quien afirma que: “*Las audiencias se van constituyendo en lo que son, fundamentalmente a través de sus procesos de recepción interacción con los diversos medios y como resultado de las mediaciones que ahí intervienen*”. Para entrar a analizar estos elementos de la cinevidencia que emergen del proceso de recepción y continuando con los referentes dados por los grupos de discusión realizados, se llegó a los siguientes acercamientos.

Mediación Individual (Conocimientos previos)

En esta mediación, los sujetos analizan desde sus conocimientos previos, sus experiencias y trayectorias, y su desarrollo como persona. Aquí, ambos cineclubes tuvieron un aspecto en común, los **aprendizajes anteriores** fue algo que ellos usaron para hacer la interpretación de los filme, vemos entonces evidenciado que los diversos lenguajes audiovisuales están siendo el vehículo y la propuesta a su vez, en la construcción de conocimiento y en las formas de aprender (Orozco, 2004).

Los espectadores del cineclub *Veinticuatro Cuadros por Segundo* evidenciaron de este aspecto historias de las películas que presentan como casos reales, las relaciones que hacen con

las drogas, usan referencias tanto de películas como también de directores, hacen comparaciones de su realidad y lo asemejan con lo que ocurre en las redes sociales.

Por otro lado, tenemos la audiencia del cineclub *La Caja*; aquí, por el contrario, los aprendizajes previos se relacionan más con la película trayendo a la discusión recuerdos, experiencias, vivencias, informaciones, y también referencias de otras películas; estos aspectos están más ligados a los desarrollos que como persona han tenido, experiencias que han vivido directamente y por estos medios logran tener una mejor interpretación de los filmes.

Otro aspecto analizado sobre los espectadores de cineclub *Cinestudio Veinticuatro Cuadros por Segundo* son las **referencias fílmicas**, vemos entonces que la existencia de un texto fílmico aislado o único es imposible, pues toda película debe pertenecer a una clase mayor que la película misma para poder ser inteligible (Correa, 2007). Esto se evidenció en el momento que los espectadores entraron a hacer comparación con otras películas, ejemplos y relaciones que ellos consideraban que podían tener conexiones con los filmes vistos.

Por su parte, los espectadores del cineclub *La Caja*, tuvieron en cuenta, además de esos aprendizajes anteriores, los **conocimientos técnicos**, en este sentido, el cine es ciertamente una industria y un comercio. Pero puede ser considerado desde otros puntos de vista, como el científico y el técnico, el social y el ético (Gonçalves, 2009). Los espectadores aquí analizaron desde sus propios conocimientos y experiencias con el medio aspectos como el trabajo fotográfico, los recursos usados para la construcción fílmica así como el trabajo de los directores, los aspectos del guión, estilos de cada director, temáticas tratadas en las películas, el manejo de los colores y la estética. Estos evidencian una vez más, ser una audiencia con conocimiento de los medios desde la realización en sí misma, lo cual les abre las posibilidades a la hora de

interpretar un filme, gracias a los conocimientos que tanto lo técnico como la experiencia de sujetos sociales les han brindado.

Posterior a ello, entramos evidenciar en *La Caja* los **conocimientos históricos**, hechos que se desarrollaron en el filme sobre acontecimientos que se presentaron en algún momento de la historia mundial y que los espectadores, dado a sus previos conocimientos, lograron identificar dentro de los mismos filmes y fueron herramientas para una interpretación mucho más amplia. Es de este modo que se llega a profundizar en el valor del medio fílmico como un lugar de discurso histórico (Gonçalves, 2009), tratan aquí los espectadores las cualidades de las vanguardias, las expresiones que dan en cada ciudad, el sentido contextualizado de las historias, los entornos, las perspectivas de realidad que los espectadores identifican en cada filme, son algunos de los aspectos que estos sujetos reconocieron en la discusión de los filmes proyectados y que ellos mismos analizaron.

El último aspecto analizado por estos fue la parte **narrativa** de los filmes, dentro de este aspecto tuvieron en cuenta referencias de películas, de técnicas, similitudes con otros directores, los recursos de cámara, referencias con otros medios de comunicación, referencias de la literatura y otras artes fueron traídas a colación y daban cuenta de las características propias de estas audiencias al analizar el filme en múltiples vías.

Mediación Colectiva (los nuevos escenarios)

Esta mediación se refiere a las identidades de los espectadores, en el aspecto individual adentrándose en lo colectivo. Dentro de esta mediación identificamos que en ambos cineclubes se evidenciaron los mismos aspectos. El primero de estos es el **cineclub como escenario**, el cineclub *Cinestudio Veinticuatro Cuadros por Segundo* identifica este aspecto en conversaciones establecidas con los demás espectadores acerca de la película, mencionan también haber visto

películas del mismo director en el cineclub y apoyan o refutan las interpretaciones de sus compañeros acerca de alguna idea en particular.

En el cineclub *La Caja* se identificaron también referencias que usaban de otros espectadores del mismo cineclub en las discusiones, se habló de varios conversatorios sobre directores y sobre las actividades diversas que se realizan allí y le generan conocimientos previos, herramientas que a la hora de analizar el filme se vuelven importantes para generar una interpretación más profunda por parte de las Cinevidencias.

Otro desordenamiento es el de los escenarios educativos. El salón de clase, ese “sagrado” recinto del saber, o ese “laboratorio” de la enseñanza y el aprendizaje, estalla ante la avalancha de nuevos lugares para ver y oír, para sentir a través de las múltiples pantallas e instalaciones tecnológicas que nos rodean y que plagan los espacios de la cotidianidad, tanto bajo techo como a la intemperie. (Orozco, 2004)

En este sentido es que se interpreta el espacio del cineclub como una mediación colectiva, como espacio que los mismos jóvenes crean y desarrollan para llevar a cabo la cinevidencia; la cual sin saberlo, está entrando en un entorno de visionado que trasciende lo tradicional, tanto en el modo de recibir el medio cinematográfico como en el modo de aprender.

Como segundo aspecto analizado en ambos cineclubes estuvieron los **escenarios diversos**, en el cineclub *Cinestudio Veinticuatro Cuadros por Segundo* se identifican como vivencias colectivas festivas que se realizan en diferentes lugares del mundo y movimientos que se han venido levantando en diferentes espacios universitarios alrededor de las drogas.

En el cineclub *La Caja* se identificó también el hecho de los festivales que se realizan en el mundo, pero al no ser del contexto cotidiano de los espectadores, estos se enteran y los disfrutan por la internet. Estos aspectos identificados en ambos cineclubes, caracterizan parte de la

audiencia de los cineclubes, ya que dentro de estos espacios se están construyendo diálogos y pensamientos frente a temas que se tratan dentro de las películas, al ellos identificarse con estas temáticas, se hacen evidentes también los tipos de sociedad de las que provienen estos sujetos.

Podemos relacionarlo entonces con lo que Funes (2003) afirma:

Las sociedades actuales han visto florecer la "multiplicación de los media" (Umberto Eco, 1975); unas sociedades sin ningún centro estético y desde luego plurilingüísticas y polifónicas, tal como Mijail Bajtin (1982) habla de cómo en el enunciado del sujeto que habla se mezclan distintos lenguajes sociales y estilos para establecer un único discurso, y de cómo los discursos se constituyen "dialógicamente" con la interacción entre todos los factores presentes y pasados de cada situación comunicativa.

La situación comunicativa está entonces mediada por la colectividad de los sujetos, colectividad que se viene dando a través de nuevas herramientas mediáticas que trascienden lo presencial, y tiene evidentes implicaciones al momento de la recepción por parte de los cinevidentes.

Mediación del Medio (Otros medios de comunicación)

“A través de la percepción como un proceso cognoscitivo múltiple frente a los referentes mediáticos se busca que la audiencia ponga a disposición del filme lo nocional, lo sensorial, lo estético, lo emocional, lo racional y lo vicario” (Funes, 2003). Todos estos aspectos entran a jugar un importante papel al ver el cine como medio y ver también las demás formas mediáticas desde toda su construcción, no solo técnica, sino también narrativa y estética al momento de la realización y saber que, todas estas formas narrativas interpretándose desde un aspecto técnico, aportan a una lectura menos subjetiva del mensaje.

En esta mediación identificamos que los cineclubes tuvieron en similitud 4 aspectos que la caracterizan. El primero de ellos son los **referentes mediáticos**, visto desde el cineclub *Cinestudio*

Veinticuatro cuadros por Segundo, podemos identificar cómo estos sujetos hacían referencia a otros filmes, en cuanto a aspectos técnicos, en cuanto a actores; veían también como los medios de comunicación están influenciando a los espectadores con informaciones importantes pero a la vez los permean con otras informaciones que no tienen una relevancia para las audiencias, aquí entramos a tener en cuenta que, como Orozco (2004) afirma:

En una sociedad de la educación, el intercambio esencial cuantitativo es de información, pero el cualitativo está lleno de puntos de vista, de matices, de contextualizaciones, de maneras de interpelación de los sujetos sociales, de valoraciones y de formas y criterios de legitimación de lo intercambiado.

Es así como los espectadores entran a expresar, no sólo lo que el filme quería transmitirles, sino que identifican realidades sociales y destacan como importante el hecho de que se siga realizando cine, agregándole a cada postulado su criterio y sabiendo diferenciar lo que es simple información irrelevante con las que los quieren permear como audiencia.

En el cineclub *La Caja*, se pueden identificar aspectos como referencias de otros medios de comunicación, los diferentes espacios donde se puedan dar estas mismas narrativas, las instalaciones y escenarios en que se realizaron los filmes y diferentes manifestaciones artísticas que se realizan o que pueden realizarse además del cine. Estos referentes hacen parte de una construcción que da el individuo para retroalimentar tanto el trabajo que hace el cine como el trabajo que hacen los diferentes medios.

Una segunda similitud en los cineclubes es el **reconocimiento de los recursos técnicos**, en el primer cineclub se evidenciaron unos cuantos aspectos como las temporalidades que manejan los filmes, las técnicas de movimiento que utilizan, cómo se realizaron los ‘making of’ y las necesidades de estos en las producciones.

Por el contrario, en el cineclub *La Caja*, hubo mayor participación frente a esta temática y se destacan aspectos como el diseño, la estética, las instalaciones, tomas y elementos. Los montajes, se consideró el tiempo que dura un rodaje, las productoras que realizan las películas y los recursos técnicos que se usan. También tuvieron en cuenta la fotografía, el tipo de cine que se está realizando y cómo en Hollywood se ve todo de una forma más maquillada, la musicalización y la labor que tienen los diferentes sonidos en los filmes. vemos evidenciado lo que Funes (2003) afirma:

Por medio de la técnica, del lenguaje, de la imagen se nos sitúa, como individuos, en un lugar privilegiado con respecto a la narrativa fílmica. Y como espectadores curiosos esperamos ansiosamente la trama y las soluciones que se van dando a los problemas”.

Ello se maneja en este apartado, desde la construcción técnica del filme que son los aspectos que los cinevidentes conocen y de los cuales están apropiados, lo que entra intervenir fuertemente las interacciones entre estos, y el cine.

En este mismo camino tenemos un tercer aspecto que son los **recursos narrativos**, los espectadores del cineclub *Cinestudio Veinticuatro Cuadros por Segundo* identificaron los tiempos narrativos, cómo se debe tener una conexión con la película para poder comprenderla, cómo se manejó desde el filme lo psicodélico, los diferentes tiempos que se utilizaron y mencionaron cómo en el cine, estos detalles hacen la película considerarse una obra de arte.

En el cineclub *La Caja* se identificaron aspectos de la narrativa como los diseños de las locaciones, el uso de los colores para construir la historia, se identifica cómo por medio de los movimientos de cámara se generan diferentes sensaciones, la simetría que se usó en la fotografía, las paletas de color que se usaron en los diferentes filmes, todo esto los espectadores lo tomaron como algo increíble; esos aspectos referenciados por los sujetos dan herramientas para entender

la relación que estos tienen con el medio y por qué de alguna u otra forma la audiencia tuvo una conexión más fuerte a la hora de interpretar los filmes.

Un último aspecto que tuvieron en común al momento del análisis ambos cineclubes es el tema del **director**, y para explicar un poco este apartado, veremos cómo Gonçalves (2009) afirma:

Estableciendo una comparación con el mundo cinematográfico diremos que a través de la lente de una cámara los actores traen a la vida la historia de un escritor. También el director de cine está asomado a un mundo de imaginación. El director, productor, actores, guionista y editor de la película son todos jugadores esenciales en el concepto de la película concluida.

Ese mundo (el del director), sus conceptos como individuo y como creativo, es lo que hay detrás del mundo construido en el filme, es el que los cinevidentes entran a analizar a la hora de la recepción.

Para este referente los espectadores del cineclub *Cinestudio Veinticuatro Cuadros por Segundo* notaron cómo la narración que usa el director resulta atrapante, el desarrollo de los personajes, las diferentes formas de hacer cine de ese director en especial, las particularidades que tiene y las diferentes visiones e ideas que maneja este mismo.

Mientras que en el cineclub *La Caja*, los aspectos analizados desde el punto de vista del director son la creatividad de este, el estilo, el trabajo acertado que produce, y la influencia que pueden tener unos directores sobre otros al momento de realizar. Estas referencias que otros conforman el hecho de que las audiencias no están solamente viendo cine por entretenerse, sino que están yendo un paso más lejos al tomarse el tiempo de analizar los filmes de maneras más profundas partiendo de su construcción y de la construcción propia del sujeto que lo realiza.

En el cineclub *La Caja* se evidenció un aspecto más y fue el **referente estético**, estos identificaron aspectos como los aportes que hace el cine tanto a la historia como a las diferentes

sociedades y a los lenguajes, la época audiovisual en que se está desarrollando tanto el filme, la historia y la realidad, las ideologías que se manejan y demás aspectos que tratan lo estético, tanto los directores como el argumento que pueda contener un filme y cómo todas esas herramientas, componentes destacados en los filmes, los espectadores las denominan como aspectos que marcan la diferencia y podrían ser usados para construir nuevas narrativas de otros filmes; es decir que para ellos, fueron pautas en la construcción de este medio.

En todos estos procesos mencionados, se están haciendo reafirmaciones o transformaciones en las audiencias a la hora de ver cine, y se están configurando desde diferentes direcciones sus procesos de Cinevidencia.

¿Qué hizo el cine con la audiencia? ¿qué hizo la audiencia con el cine?

Teniendo en cuenta lo anterior, lo cual reafirma los postulados de Funes frente a las dimensiones de la Cinevidencia, y las caracteriza desde la experiencia de recepción dada en los cineclubes podemos entrar a desarrollar todo el aspecto final del presente trabajo en donde responderemos el postulado ¿Qué hizo el cine con la audiencia y a su vez qué hizo la audiencia con el cine?.

Vemos que la Cinevidencia se dio como un proceso de interacción que está descrito previamente; este proceso va en dos vías, no es únicamente evaluar el paradigma de lo que hace el cine con las audiencias sino cómo estas, con sus cargas ideológicas y características sociales lo fragmentan, reflexionan, analizan y critican.

Entraremos entonces, a ver que entre las interacciones a las que se llegó en la presente investigación están algunas trascendencias en los paradigmas interpretativos de Funes, vemos cómo las dimensiones fueron más allá de lo previsto; entendiendo dimensiones como la manera en que evaluamos la recepción de estas audiencias, “la dimensión es la extensión de un algo que se dirige a una dirección determinada” las direcciones determinadas por Funes se expandieron, se interpretaron desde nuevos sentidos propuestos por el proceso de Cinevidencia y bien lo afirma la autora cuando dice que las audiencias *“Entrarían así en una problematización tanto de los referentes cinematográficos analizados como de sus propias percepciones, aspiraciones, expectativas y necesidades de información y entretenimiento”* (Funes, 2009).

En esta explicación por las trascendencias vistas en las interacciones veremos los roles que se cumplieron en cada cineclub o como sujetos espectadores y/o como espectadores reales; y aunque ambas audiencias se desarrollaron en los dos aspectos, cada una con sus características particulares encontró una identidad. Vemos pues que, estuvo aquí evidenciada la implicación educativa de la cinevidencia que se dio con lo que Funes (2003) afirma: *“Esta motivación implica que a su vez*

las audiencias/espectadores, puedan "hablar" del cine, comentarlo, repensarlo, y de ese modo, estarían hablando de sí mismos en tanto sujetos cinevidentes y de su interacción con los referentes cinematográficos” en este sentido se pudieron evidenciar las siguientes trascendencias:

Para el caso de la dimensión **sociocultural** vemos que trascendió del simple hecho interpretativo y de identificación que las audiencias hicieron de su sociedad; para estas Cinevidencias nos encontramos con la empatía, la cual, siendo la capacidad de sintonizarse intelectual y emocionalmente con el otro, se refleja aquí como la capacidad del espectador de reconocer otras realidades y sentirse en estas, sentir las directamente como si las estuviera vivenciando él mismo; así mismo está la otredad antes mencionada; los sujetos están entrando, gracias a la expansión de los medios de comunicación a acercarse a otras realidades; el filme está siendo vehiculizador de historias pero no solo la historia creada en el texto cinematográfico; también la historia real de la humanidad y el receptor o aquí cinevidente; está viendo en el filme al otro, y el otro es la sociedad externa a la suya; la reconoce, la caracteriza sin necesidad de entrar a sentirse parte de esta.

Los medios de difusión modernos son mucho más que sólo medios. Son lenguajes, metáforas, dispositivos tecnológicos, escenarios donde se genera, se gana o se pierde el poder; son mediaciones y mediadores, lógicas, empresas mercantiles; son instrumentos de control y moldeamiento social, y a la vez, son dinamizadores culturales y fuente de referentes cotidianos; son educadores, representantes de la realidad y son generadores de conocimiento, autoridad y legitimación política. (Orozco, 1997)

El filme hace con la audiencia el papel de vehículo de acceso a información; a realidades sociales, totalmente externas a las suyas; pero el filme no está solo, está inserido en la realidad del siglo XXI donde el acceso a la información facilita esta expansión.

En el aspecto **comunicativo** vemos cómo los significados del filme están siendo articulados con lo que denominaremos mediaciones del personaje; los espectadores revelan una manera de entender el medio y una manera de entender la realidad; de aquí se deriva que la estructura textual de un texto cinematográfico nunca posee un único significado sino que ésta va en relación con la situación social del espectador, con sus prejuicios, adhesiones y resistencias elaboradas por el contexto en que se halla (Funes, 2003), aquí, nos referimos a todos esos sucesos que el espectador está tomando del filme como si este se tratara de una realidad y el personaje se tratara de la persona real; quien no tiene detrás un director, un productor, un director artístico ni un director fotográfico; por el contrario está teniendo una realidad; el filme llega al punto de articulación de significados en donde la ficción de un personaje está siendo pensada por el espectador como real; están existiendo situaciones, ambientes, contextos en ese personaje que el espectador asume fueron las variables para que este tomara X ó Y decisión y el rumbo de la historia se generara de manera tal.

Ahora, abordando el tema de lo **comercial**, encontramos dos postulados desde donde se explica la Cinevidencia en este aspecto uno de ellos es la pregunta por y el conocimiento de, el origen de los recursos del filme; esto está insiriéndose en las interpretaciones y ya no es únicamente la pregunta por la situación económica en la que se realizó el filme en el aspecto de la sociedad que lo llevó a cabo (la que está en la narrativa), ahora se está haciendo la interpretación desde la productora, la empresa que participó en ello; el sujeto está, para el caso, cuestionando la satisfacción que el filme le produjo o no, y esto basado en los recursos que se utilizaron para llegar a esa producción; es cierto entonces que la realización fílmica es un negocio, que los motivos del estudio, la producción, distribución y comercialización de los filmes responden a razones comerciales y que todos los esfuerzos de las corporaciones tenderán a satisfacer los gustos del público y de ese modo sus intereses económicos (Funes, 2003), el filme está trayendo no solo la

experiencia de consumo cultural, sino que esta está siendo cuestionada; evaluada desde la manera en que se hizo uso del recurso económico para generar un buen resultado o por el contrario, si el recurso económico pudo ser sobrepasado por la creatividad de la historia, la narrativa, la técnica. Aspecto que estaría contradiciendo las lógicas capitalistas del cine, donde los estereotipos de la industria cultural estadounidense priman gracias al acceso a los recursos.

Desde lo **fruitivo** tenemos aspectos relevantes para saber qué fue lo que hizo la audiencia con el cine y viceversa; el cine aquí se hizo vehículo de recuerdos, generando sentimientos al incluir en el disfrute a la técnica; este aspecto está haciendo trascender la cinevidencia; está incluyendo en ella un aspecto de la construcción fílmica; donde la audiencia entra a abordar la razón por la cual fue generado un sentimiento, una emoción, una impresión; todo ello desde la construcción técnica que logra reconocer y explicar en la pantalla.

En las interrelaciones **artísticas** hay una situación relevante y es cuando el espectador resalta lo siguiente: el aspecto ideológico de lo artístico del cine, el aspecto fundamental aquí es cuando se hace la diferenciación de las dos audiencias abordadas; una hace las interpretaciones de lo artístico desde lo cotidiano y la otra hace la interpretación desde lo estético. acá encontramos una herramienta fundamental para entrar a explicar los dos tipos de espectadores. Los jóvenes del cineclub *Veinticuatro Cuadros por Segundo* están más como espectadores reales ya que están únicamente haciendo interpretaciones de lo que los filmes presentan. Se expone de esta manera debido a que cuando se realizaron los análisis estos sujetos no hicieron una trascendencia en cuanto a contenidos, temáticas y desarrollos de las historias proyectadas en la pantalla.

Existe un espectador real, miembro de una audiencia social y sometido a diversos procesos socioculturales, y existe asimismo otro sujeto-espectador que se constituye como tal únicamente en referencia a las condiciones técnicas del cine, a las circunstancias metapsicológicas en las

que se consumen los filmes y a la paralela existencia de unas determinadas características del texto fílmico. (Funes, 2003)

Nuevos referentes de la interacción de la audiencia con el cine

Cineclub Cinestudio Veinticuatro Cuadros por Segundo, la audiencia del entretenimiento

Aquí, partiendo del análisis de toda la información, podemos ver que este cineclub es un espacio donde no se cuenta con unos espectadores constantes y quienes asisten, después de hecha la proyección, siguen cada uno en su cotidianidad; son muy pocos los que en realidad se interesan

por hacer un análisis de la película a profundidad; los sujetos que tomaban la decisión de quedarse a hablar un poco sobre la película, eran personas que al momento de los análisis, los desarrollaban principalmente en el hecho de que disfrutaron el filme, siendo el análisis del entretenimiento aquí el que más preponderancia tuvo con más del 10% del total; veían aspectos básicos que las películas mostraban e identificaban la sociedad con la que se sentían muy conectados tanto con los personajes como con los contextos donde se desarrollaban las historias; en este sentido podemos retomar a Orozco (1997) cuando afirma que: *“Las audiencias se van haciendo de distintas maneras, aunque quizá la predominante sea la manera auspiciada por los mismos medios: audiencias pasivas, acríticas, simplemente espectadoras”*, características que se asemejan más a la aquí mencionada.

Se identificó también que tomaban actitudes alarmantes frente a hechos que las películas mostraban, evidenciaban ser parte de una sociedad que es de cierto modo conservadora, ven los actos de otras sociedades y los catalogan como inmorales, en relación a sus condiciones como sujetos. Ellos mismos se catalogan como personas sanas, en comparación con muchas otras personas que hacen parte de estas sociedades consumistas, como ellos mismos los definían.

Parte de estas interpretaciones y de la interpretación de este cineclub como audiencia del entretenimiento podemos decir que se debe a que solo el 31% de sujetos de este cineclub que hacen parte de algún movimiento o entidad, y es el referente más significativo con el que pueden estar haciendo sus interpretaciones; los contextos que puedan estos espacios brindarles, ya que un 50% de los espectadores pertenecen a un movimiento o entidad cultural mientras que el otro 50% hace parte de un movimiento o entidad con carácter político.

Esto, analizado desde la manera en que se desarrolló la interacción sociocultural, la cual fue la más amplia de todas con casi un 34% del análisis; se identifica cómo el hecho de que estas personas

pertenezcan a una sociedad, es lo que media, lo que influye de manera significativa a la hora de analizar una película, ya que la están abordando en el análisis desde ciertos conocimientos que son de este carácter y que consideran pertinentes al momento de relacionar los filmes con lo que se evidencia dentro de sus propios contextos.

Otro aspecto a mencionar importante es que estos sujetos no tienen una formación en medios, ni en el ámbito teórico o práctico. Los sujetos que tienen esta formación equivalen a un total de 15% y los que han tenido experiencias con realizaciones son el total de 38% un porcentaje bajo con respecto al cineclub *La Caja*. Se puede afirmar que estos sujetos que tenían los conocimientos técnicos no los evidenciaron de manera significativa en las discusiones; esto sustentado en la manera en que evidenciaron interrelacionarse con las mediaciones.

Estas conexiones que se están generando en el espectador se deben a que solo el 15% de estos sujetos han tenido algún tipo de formación cinematográfica, y un 38% de ellos han tenido algún tipo de experiencia de cuanto a realización. También vemos cómo el 62% de esta audiencia dedica para ver cine, uno o dos días a la semana, los cuales corresponden a los días que generalmente se hacen las proyecciones en el cineclub. De esto se deduce que el cine que estos sujetos ven es el del cineclub o de algún otro lugar como una sala de cine, en cualquier instancia, en tanto sujetos, las audiencias son activas y, a veces, hiperactivas, capaces de construir a partir de su vinculación con los medios, pero también de dispersarse y perderse en lo banal, vehiculado por ellos (Orozco, 1997), el acto de ver cine está entonces, más encaminado al entretenimiento y si bien hay una evidencia de todas las dimensiones del cine, estas están desarrollándose más por la experiencia cotidiana que por el interés profundo de ser una audiencia activa.

De esto podemos deducir que al ser una población que no conoce implícitamente el trabajo que se desarrolla en la construcción del cine, toman este espacio del cineclub como un escenario de

ocio, lo que Funes denomina actividad cotidiana de la clase media urbana; no están yendo más allá ni están evidenciando la necesidad de hacerlo, de convertir el cineclub en una actividad formativa más que emotiva o de disfrute; vemos entonces la necesidad de generar en la audiencia un cuestionamiento por la manera en que se ve el cine; una necesidad de convertir el cineclub en un espacio de interacción frente al filme que tenga bases más firmes y se llegue a analizar, criticar y reflexionar profundamente lo que se ve en la pantalla.

Cineclub La Caja la audiencia activa, crítica y reflexiva

En cuanto a este cineclub y gracias a todo lo que nos arrojó en el proceso, podemos afirmar que las dinámicas aquí evidenciadas dan cuenta de una audiencia activa, participativa que se interesa más por ir más allá en las discusiones del filme que por el simple hecho de hablar de las emociones primarias que le fueron generadas; para ello nos basamos en el hecho que Funes habla con el cual se quiere llegar a la Cinevidencia con una implicación pedagógica que aquí se denomina educativa, donde Funes (2003) afirma:

Se contextualizará al cine a partir de la reflexión, la crítica y el análisis. Y esto se logra dando cuenta de las distintas dimensiones que se articulan en el acto de ver cine y que implican al cine como medio audiovisual desde múltiples perspectivas: técnica, expresiva, ideológica, social, económica, ética y cultural.

Esto podría explicarse dando cuenta de que la mayor parte de las trascendencias en los análisis de las interacciones hechos anteriormente, fueron evidenciadas por estos espectadores y podría explicarse también con el hecho de que para el 91% de estos espectadores es importante conocer cómo funciona el mundo del cine con el motivo de que le permite saber más sobre lo que ve en pantalla; además, siendo los conocimientos técnicos, históricos y narrativos los que mayor preponderancia tuvieron en los análisis de este cineclub encontramos trascendencia marcada en

las interacciones; lo cual se puede estar dando por la constante relación que el sujeto está teniendo con el producto cinematográfico; ya que cuando entramos a analizar la cantidad de películas que ven por semana nos encontramos con que un 48% de ellos ven entre 1 y 2 películas semanales, otro 26% ve entre 3 y 4 películas por semana y los demás ven más de 4 películas semanales; es decir que más de la mitad de ellos está interactuando con mínimo tres películas semanales distintas a las vistas en el cineclub. Además de ello, vimos que solo un 53% de ellos ve películas los sábados y domingos, que son los días comunes de esparcimiento y ocio; otro 21% ve películas entre los días lunes y miércoles y el 18% restante entre los días jueves y viernes; con lo cual concluiríamos también que los cinevidentes tienen al cine como parte de su vida cotidiana y no solo de su espacio de ocio.

Todo esto también se relaciona con las mediaciones bastante evidenciadas en las interacciones de este cineclub; donde, con respecto al cineclub “24 Cuadros por Segundo” en La Caja hay una alta predominancia de las mediaciones que existen sobre el medio; todos los componentes del cine en sí mismo, en su construcción y con ello, todo lo que se quiere proyectar en la película; por tales motivos estamos viendo fuertemente evidenciadas las implicaciones de la cinevidencia en el contexto del cineclub, teniendo en cuenta además lo que Grilli (2008) afirma: *“De ser un espectador convencional que participa presenciando la exhibición, el integrante del cineclub pasa a constituirse en una persona que debate, que analiza”*, aquí los cineclubistas están además relacionando otros medios, otras artes, otros formatos y no es para menos ya que los espectadores afirman que cuando ven una película nueva en la sala de cine, la principal razón para ir a verla es si conocen el trabajo del realizador, siendo esta respuesta un 64% del total; es un público que selecciona, que valora la realización cinematográfica y no la toma solo como la actividad de esparcimiento y ocio que Funes afirma, hace parte de la clase media urbana.

Al hacer la pregunta de la razón por la cual ven una película además del cineclub, el 45% de los espectadores responden que les interesa ver cine diferente al comercial, otro 39% afirma su interés por analizar los distintos mensajes de las películas. Con aspectos como estos se podría relacionar el hecho de que estos cinevidentes forman ese contexto del cineclub en un contexto de aprendizaje no formal; abordan y desarrollan el acto de ver cine desde lo conceptual, lo social y lo estético, como forma de comunicación y como producto creado que transmite, vehiculiza un mensaje, vehiculiza una realidad; esta audiencia transversaliza el acto de ver cine y el filme en sí mismo, pasan de tener una relación personal con la imagen como la del espectador convencional, y como integrantes de un cineclub pasa a tener una relación mediatizada por los comentarios de otras personas y él mismo aporta una mirada respecto de la película, la que incide en los demás (Grilli, 2008).

Cabe destacar además, que al cierre de los grupos de discusión, estos cineclubistas expresaron el deseo de tomar la metodología utilizada en la investigación como parte de sus procesos como cineclub; para guiar sus discusiones. Efectivamente, en las visitas posteriores a este cineclub estos habían ya adoptado la metodología y además de ello programaron un ciclo de actividades de aprendizaje guiado por ellos mismos, donde se organizaron para profundizar más en los aspectos de la construcción del cine; todas estas dinámicas se dieron al haber culminado la presente investigación y aunque el fin mismo de esta no era hacer cambios significativos en las dinámicas del cineclub, sí vimos cómo un componente que guía el proceso de discusión posterior a la proyección de un filme marca la diferencia entre este como espacio de educación informal y como espacio de ocio y disfrute; es esto lo que completa la cinevidencia; después de los contextos, las dimensiones, las mediaciones, están los referentes que encaminan a estas a pensarse, re pensarse,

como fue el caso, re pensarse como cineclub y hacer emerger procesos que agranden el espectro de análisis de un filme.

En este sentido, vimos fuertemente evidenciado el aprendizaje informal dado a través de las interacciones de un cineclub, cómo este ha experimentado transformaciones y desafíos a partir de la explosión de los medios y tecnologías de información (Orozco, 2004); estos cinevidentes, activos y reflexivos están teniendo implicaciones educativas en su cinevidencia, sin ser conscientes de ello ni siendo el cineclub el espacio diseñado para, llegan a poner en práctica lo que Grilli (2008) diferencia de la siguiente manera:

El proceso mental que se desarrolla en cada individuo ante la confrontación con múltiples tendencias narrativas y estéticas está siendo librado en su intimidad, en la seguridad y confianza que propician los recodos de su mente. Si bien este proceso interior es ineludible y necesario hasta en el más singular de los espectadores, también lo es la socialización de los conceptos, la retroalimentación, la comunicación como premisa de construcción cultural y dinámica social en torno a un centro temático: el cine.

El cual, como medio de comunicación, expresión artística e industria y la recepción cinematográfica -en tanto que experiencia estética, forma de comunicación social y práctica de consumo cultural (Funes, 2003) nos llevan a caracterizar el cineclub como un entorno de educación informal con todos sus desafíos y transformaciones y a la cinevidencias como el conjunto de interacciones entre audiencias-cine-educación que lo conforman y lo vuelven un nuevo escenario de conocimiento (Orozco, 2004), un dispositivo que permite una relación particular del espectador con la producción fílmica (Grilli, 2008).

Bibliografia

- Aparecida, M., (1998), *Recepção: nova perspectiva nos estudos de comunicação*, São Paulo, Brazil: Revista Comunicação & Educação.

- Aparecida, M., (2006), *Da comunicação à educação: a importância dos estudos de recepção*, São Paulo, Brazil: Revista Comunicação & Educação Ano XI Número 3.
- Correa, J. (2015), La constitución del cine colombiano como objeto de estudio. Recuperado de: http://www.colombianistas.org/Portals/0/Revista/REC-33-34/5.REC_33-34_JaimeCorrea.pdf
- Clarembeaux, M., (2010), Educación en cine: Memoria y patrimonio, doi: 10.3916/C35-2010-02-02
- Escorcía, V., (2008), *Antecedentes del cine clubismo como programa pionero a nivel mundial en formación de público cinematográfico*, Medellín, Colombia: Revista Luciérnaga Audiovisual. Año I. No.1.
- Funes, S. V., (2003), *Cinevidencias: La interacción de las audiencias, el cine y la educación*, Huelva, España: Luces en el Laberinto Audiovisual: Congreso Iberoamericano de Comunicación y Educación.
- García, F. M., Ibáñez, J., Alvira, F., (1986), *Compilación de. El análisis social Métodos y técnicas de investigación de Contenido*, Madrid, España: Alianza Editorial, S.A.
- Grilli, D., (2008), *Material de capacitación: Promotor y organizador de Cineclubes*, Argentina: INCAA-Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales.
- Martín, F. M., (2012), *Fuentes archivísticas para la reconstrucción de la actividad cinematográfica en los circuitos cineclubistas*. Madrid, España: Documentación de Ciencias de la Información.
- Orozco, G. G., (1997), *Medios, audiencias y mediaciones*. México: Revista Comunicar.
- Orozco, G. G., (2004), *De la enseñanza al aprendizaje: Desordenamientos educativo-comunicativos en los tiempos, escenarios y procesos de conocimiento*, Bogotá, Colombia: Nómadas, Universidad central. No. 21.

- Parelló, O. S., (2009), Cáp. 7. El grupo de discusión. Meléndez V. (Metodología de la Investigación Social, (p. 208) Madrid, España: Editorial Dykinson, S.L.
- Pereira, M. C., (2005), *Cine y educación social*. Pontevedra, España: Revista de Educación N°338.
- Pérez, S. R., Víquez, C. D., (2009-2010), Los grupos de discusión como metodología adecuada para estudiar las cogniciones sociales, doi: <http://dx.doi.org/10.15517/ap.v23i110.12>
- Rodríguez, R. L. M., (2010), *El cine, estrategia para el desarrollo del pensamiento*. Tunja, Colombia: Praxis & Saber.
- Sánchez, B. H. G., (2009), *Una imagen enseña más que mil palabras: ¿Ver o mirar?*, Barranquilla, Colombia: Revista - Zona próxima.
- Stange, M. H., y Salinas, M. C., (2013), *Una pequeña historia el cine*, Chile: Palabra clave Vol.16
- Torres de S. M., P., (2008), *La recepción del cine mexicano y las construcciones de género*, Guadalajara, México: La ventana Vol.27
- Touriñán, J. M., (2011), *Intervención educativa, intervención pedagógica y educación: La mirada pedagógica*. Brazil: Revista Extra-Série.
- Vallés, F. E., (2013), *El uso del cine foro como herramienta auxiliar para educar en valores*. Naguanagua, Venezuela: Revista educación en valores. Vol. 2 No 20.
- White, A. R., (1998), *Recepcao: a abordagem dos estudos culturais*. São Paulo, Brasil: Revista Comunicação & Educação.

ANEXOS

Anexo 1. Formato de Formulario Diagnóstico



Fecha: _____ Formulario N° _____

LA CINEVIDENCIA EN EL PROCESO DE RECEPCIÓN DE CINE POR PARTE DE JÓVENES EN EL CONTEXTO DE UN CINECLUB

Se pide responder de manera consciente la actual encuesta, para dar a conocer los resultados después de un proceso de análisis, en cuanto a las cinevidencias en el proceso de recepción de cine por parte de jóvenes de un cineclub. La encuesta es realizada con fines educativos sin ánimo de lucro.

Edad: _____

Género: _____

Ciudad: _____

Barrio: _____

Hace cuánto asiste al cine club: _____

Marque con una x la respuesta que considere pertinente.

1. ¿Cuántas películas ves por semana?

- a. 1 o 2
- b. 3 o 4
- c. Más de 4

2. ¿Generalmente en qué días de la semana ves cine?

- a. Lunes a Miércoles
- b. Jueves y Viernes
- c. Sábado y Domingo
- d. Otro día, ¿Cuál? _____
- e. Ninguna de las anteriores

3. ¿En qué horarios sueles ver las películas?

- a. Mañana
- b. Tarde
- c. Noche

4. ¿Eres estudiante universitario?

Sí _____ No _____

5. Si tu respuesta fue sí ¿en qué campo se desenvuelve lo que estudias?

- a. Ciencias exactas
- b. Ciencias humanas y sociales
- c. Ciencias de la salud
- d. Otra ¿Cuál? _____

6. ¿Pertenece a algún tipo de movimiento o entidad?

Sí_____

No_____

7. Sí tu respuesta fue sí ¿A qué tipo de movimiento o entidad perteneces?

- a. Cultural
- b. Artístico
- c. Político
- d. Religioso
- e. Otra ¿Cuál? _____

8. ¿Has tenido relación con algún tipo de formación cinematográfica?

- a. Sí
- b. No
- c. ¿Cuál? _____

9. ¿Has tenido experiencia con algún tipo de realización cinematográfica?

Sí_____ No_____

10. ¿Cuándo ves una película fuera del cineclub lo haces por qué?

- a. Porque te interesa ver cine diferente al comercial
- b. Porque te gusta estar actualizado con las películas nuevas
- c. Porque te gusta analizar los diferentes mensajes de las películas
- d. Otra ¿Cuál? _____

11. ¿Además del cine club, en dónde más ves películas?

- a. En la casa
- b. En el cine
- c. En casa de un amigo
- d. Internet, ¿Alguna página? _____

12. Cuando hay una película nueva en la sala de cine:

- a. Voy a verla porque es nueva
- b. Voy a verla porque conozco el trabajo del realizador
- c. Voy a verla porque me gusta ver el actor o la actriz principal de la película
- d. No voy al cine, prefiero verla en otro espacio
- e. Otra ¿Cuál? _____

13. ¿Crees importante saber cómo funciona el mundo del cine?

- a. Para mi no tiene sentido
- b. Solo podría ver una película entendiendo el mundo del cine
- c. Es importante para los especialistas del cine
- d. Es importante para mi porque me permite saber más sobre el cine que veo

14. ¿En qué dispositivos ves las películas?

- a. En el computador
- b. En el televisor de casa
- c. En la pantalla de la sala del cine
- d. Smartphone
- e. Tablet

Agradecemos su colaboración y tiempo prestados para la solución de esta encuesta.

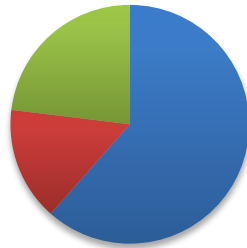
Anexo 2. Resultados generales formulario diagnóstico

Resultados generales formulario diagnóstico

Cinestudio Veinticuatro Fotogramas por Segundo

Preguntas enmarcadas en la mediación individual.

1. ¿Cuántas películas ves por semana?



- a. 1 o 2
- b. 3 o 4
- c. Más de 4

2. ¿Generalmente en qué días ves cine?



- a. Lunes a miércoles
- b. Jueves y viernes
- c. Sábado y domingo
- d. Otro día ¿cuál?
- e. Ninguna de las anteriores

3. ¿En qué horarios sueles ver las películas?



- a. Mañana
- b. Tarde
- c. Noche

6. ¿Pertenece a algún tipo de movimiento o entidad?



- a. Sí
- b. No

7. Si tu respuesta fue sí ¿A qué tipo de movimiento o entidad perteneces?



- a. Cultural
- b. Artístico
- c. Político
- d. Religioso
- e. Otra ¿Cuál?

8. ¿Has tenido relación con algún tipo de formación cinematográfica?



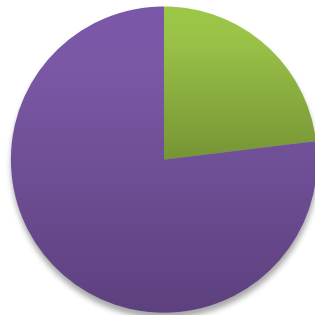
- a. Si
- b. No
- c. ¿Cuál?

9. ¿Has tenido experiencia con algún tipo de realización cinematográfica?



- a. Sí
- b. No

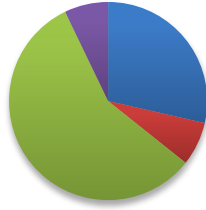
13. ¿Crées importante saber como funciona el mundo de cine?



- a. Para mi no tiene sentido
- b. Solo podría ver una película entendiendo el mundo del cine
- c. Es importante para los especialistas del cine
- d. Es importante para mi porque me permite saber más sobre el cine que veo

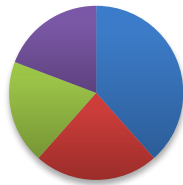
Preguntas enmarcadas en la mediación del medio.

10. ¿Cuándo ves una película fuera del cineclub lo haces por qué?



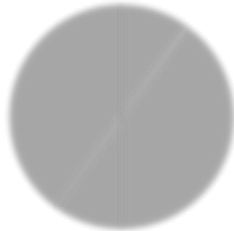
- a. Porque te interesa ver cine diferente al comercial
- b. Porque te gusta estar actualizado con las películas nuevas
- c. Porque te gusta analizar los diferentes mensajes de la película
- d. ¿Cuál?

11. ¿A demás del cineclub, en dónde más ves películas?



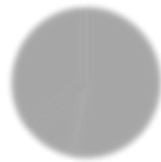
- a. En la casa
- b. En el cine
- c. En casa de un amigo
- d. En internet ¿Alguna página?

12. ¿Cuándo hay una película nueva en la sala de cine:



- a. Voy a verla porque es nueva
- b. Voy a verla porque conozco el trabajo del realizador
- c. Voy a verla porque me gusta ver el actor o la actriz principal de la película
- d. No voy al cine, prefiero verla en otro espacio
- e. Otra ¿Cuál?

14. ¿En qué dispositivos ves las películas?



- a. En el computador
- b. En el televisor de la casa
- c. En la pantalla de la sala de cine
- d. Smartphone
- e. Tablet

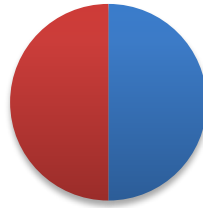
Preguntas enmarcadas en la mediación colectiva.

4. ¿Eres estudiante universitario?



- a. Sí
- b. No

5. Si tu respuesta fue sí ¿En qué campo se desenvuelve lo que estudias?



- a. Ciencias exactas
- b. Ciencias humanas y sociales
- c. Ciencias de la salud
- d. Otra ¿Cuál?

La Caja

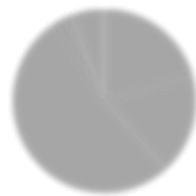
Preguntas enmarcadas en la mediación individual.

1. ¿Cuántas películas ves por semana?



- a. 1 o 2
- b. 3 o 4
- c. Más de 4

2. Generalmente en qué días de la semana ves cine?



- a. Lunes y miércoles
- b. Viernes y viernes
- c. Sábado y domingo
- d. Otro día ¿cuál?
- e. Ninguna de las anteriores

3. ¿En qué horarios sueles ver las películas?



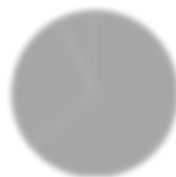
- a. Mañana
- b. Tarde
- c. Noche

6. ¿Pertenece a algún tipo de movimiento de identidad?



- a. Sí
- b. No

7. Si tu respuesta fue sí, ¿a qué tipo de movimiento de identidad pertenece?



- a. Cultural
- b. Artístico
- c. Político
- d. Religioso
- e. Otra ¿Cuál?

8. ¿Has tenido relación con algún tipo de formación cinematográfica?



- a. Sí
- b. No
- c. ¿Cuál?

9. ¿Has tenido experiencia con algún tipo de realización cinematográfica?



a. Sí

b. No

13. ¿Crees importante saber como funciona el mundo del cine?



a. Para mí no tiene sentido

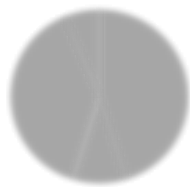
b. Solo podría ver una película entendiendo el mundo del cine

c. Es importante para los especialistas del cine

d. Es importante para mí porque me permite saber más sobre el cine que veo

Preguntas enmarcadas en la mediación del medio.

10. ¿Cuándo ves una película fuera del cine club lo haces por qué?



a. Porque te interesa ver cine diferente al comercial

b. Porque te gusta estar actualizado con las películas nuevas

c. Porque te gusta analizar los diferentes mensajes de la película

d. ¿Cuál?

11. Además del cine club, ¿en dónde más ves películas?



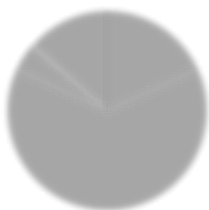
a. En la casa

b. En el cine

c. En la casa de un amigo

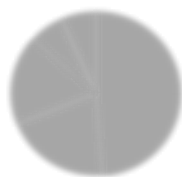
d. En internet ¿Alguna página?

12. ¿Cuándo hay una película nueva en la sala de cine?



- a. Voy a verla porque es nueva
- b. Voy a verla porque conozco el trabajo del realizador
- c. Voy a verla porque me gusta ver el actor o la actriz principal de la película
- d. No voy a cine, prefiero verla en otro espacio
- e. Otra ¿Cuál?

14. ¿En qué dispositivos ves las películas?



- a. En el computador
- b. En el televisor de la casa
- c. En la pantalla de la sala de cine
- d. Smartphone
- e. Tablet

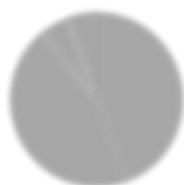
Preguntas enmarcadas en la mediación colectiva.

4. ¿Eres estudiante universitario?



- a. Sí
- b. No

5. Si tu respuesta fue Sí ¿En qué campo se desenvuelve lo que estudias?



- a. Ciencias exactas
- b. Ciencias humanas y sociales
- c. Ciencias de la salud
- d. Otra ¿Cuál?

Anexo 3. Entrevista Estructurada

Preguntas para representante del cineclub

1. Cuéntanos una breve reseña de lo que es y cómo nació el cineclub ¿Hace cuánto existe?
2. ¿Quién o quiénes son los encargados del cineclub?
3. ¿Cómo funciona el cineclub? (Quién escoge las películas, bajo qué criterios, etc)
4. ¿Tienen ciclos? ¿Cómo eligen los ciclos? (Si los tienen) Si no los tienen ¿cómo eligen las películas?
5. ¿Cuál es el aporte que hacen a la sociedad con el cineclub?
6. ¿Cómo es el sostenimiento económico del cineclub?
7. ¿Han tenido apoyo de otras entidades para el cineclub?
8. ¿Qué tipo de reconocimientos ha obtenido el cineclub? (Si los ha tenido)
9. ¿Qué otras labores realizan como equipo de trabajo en el Cineclub?
10. ¿Cuál fue la necesidad que vieron en la ciudad? ¿Qué impactos genera? ¿Por qué cree que es importante promover estos espacios en la ciudad?
11. ¿Por qué cree necesario la creación de estos espacios en la ciudad? ¿Qué impactos genera?