

9

UNIVERSIDAD AUTONOMA DE NUEVO LEON
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION



TESIS

**DE LO GLOBAL A LO LOCAL: OFERTA, CONSUMO
Y PREFERENCIAS CINEMATOGRAFICAS
EN MONTERREY, N. L.**

POR

LUCILA HINOJOSA CORDOVA

**COMO REQUISITO PARCIAL PARA OBTENER EL GRADO DE
MAESTRIA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION**

MONTERREY, N. L., JUNIO DE 2002

TM
PN1993
.5
.M65
H5
2002
c.1

2002

DE LO GLOBAL A LO LOCAL: CONSUMO
DE FERTILIZANTES, PRODUCTOS
AGROPECUARIOS Y PESTICIDAS
EN MONTERRREY, N. L.



FFC



1080124389

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION



TESIS

DE LO GLOBAL A LO LOCAL: OFERTA, CONSUMO
Y PREFERENCIAS CINEMATOGRAFICAS
EN MONTERREY, N. L.

POR

LUCILA HINOJOSA CORDOVA

COMO REQUISITO PARCIAL PARA OBTENER EL GRADO DE
MAESTRIA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION

MONTERREY, N. L., JUNIO DE 2002



TM

PN1993

.S

M65

HS

2002



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN



TESIS

**DE LO GLOBAL A LO LOCAL; OFERTA, CONSUMO
Y PREFERENCIAS CINEMATOGRÁFICAS
EN MONTERREY, N. L.**

Por

LUCILA HINOJOSA CÓRDOVA

**Como requisito parcial para obtener el Grado de
MAESTRÍA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

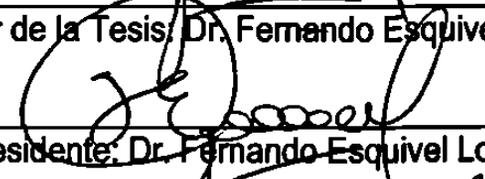
Monterrey, N. L., Junio de 2002

**DE LO GLOBAL A LO LOCAL: OFERTA, CONSUMO
Y PREFERENCIAS CINEMATOGRAFICAS
EN MONTERREY, N. L.**

Aprobación de la Tesis



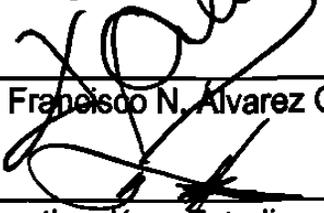
Asesor de la Tesis, Dr. Fernando Esquivel Lozano



Presidente: Dr. Fernando Esquivel Lozano



Secretario: M. C. Roger Darío Sánchez Martínez



Vocal: M. C. Francisco N. Álvarez Gómez

Subdirectora de Investigación y Estudios de Posgrado:
M. C. Rosa M. Bernal Arrieta

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar agradezco a la Universidad Autónoma de Nuevo León y a la Facultad de Ciencias de la Comunicación por todo el apoyo recibido para obtener la licenciatura y ahora la maestría.

A la Directora de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, M. C. Ana del Carmen Márquez Rodríguez por su valioso apoyo para cursar y obtener el grado de maestría.

Al Dr. Fernando Esquivel Lozano, por compartir su experiencia y conocimientos durante las asesorías de esta investigación.

Al M. C. Francisco Javier Zambrano Grijalva, por su apoyo en la labor estadística.

A mi esposo Jaime y a mis hijos Raquel Catalina y Daniel Emilio, por su paciente e incondicional apoyo de siempre.

RESUMEN

Lucila Hinojosa Córdova

Fecha de Graduación: Junio, 2002

Universidad Autónoma de Nuevo León

Facultad de Ciencias de la Comunicación

Título del Estudio: DE LO GLOBAL A LO LOCAL: OFERTA, CONSUMO
Y PREFERENCIAS CINEMATOGRAFICAS EN
MONTERREY, N. L.

Número de Páginas: 155

Candidata para el grado de Maestría
en Ciencias de la Comunicación

Área de Estudio: Ciencias de la Comunicación

Propósito y Método del Estudio: La industria cinematográfica es en la actualidad uno de los motores de la economía mundial de los países más desarrollados. En un contexto cada vez más globalizado de la economía se están transformando de manera asimétrica las estructuras de las industrias culturales de las naciones, incluso México, ocasionando una cada vez mayor concentración de la propiedad y el control por parte de capitales transnacionales del proceso de producción, distribución y exhibición de bienes culturales como son las películas. A nivel mundial, la producción se está contrayendo, pero el número de salas ha aumentado exhibiendo una menor variedad de películas.

En este trabajo se llevó a cabo un análisis de la situación de la oferta, consumo y preferencias cinematográficas de los habitantes del área metropolitana de Monterrey, N. L. durante el año 2001, para explorar las intersecciones que entre lo global y lo local se están manifestando, mediante un análisis de contenido de las carteleras cinematográficas locales para determinar la oferta de salas de cine comerciales y la variedad de películas que se han exhibido de 1991 a 2001, y una encuesta para determinar las preferencias y consumo de películas de los asistentes a las salas de cine comerciales en relación a la oferta.

Contribuciones y Conclusiones: Los resultados mostraron que la oferta de películas ha disminuido significativamente: en 1991 se exhibieron 498 películas, de las cuales 105 fueron mexicanas; en el 2001, sólo se exhibieron 295 películas, de las cuales 15 fueron mexicanas. En 1991 había 74 salas de cine comercial que exhibían 35 películas en promedio por día; en el 2001, el número de salas aumentó a 187, y el número de películas disminuyó a 21. En cuanto a los encuestados, los resultados más significativos son que el 27% (el mayor porcentaje) asiste una vez al mes al cine; el 83% prefiere las películas extranjeras y, lo más interesante, el 56% recordó haber visto algunas de las nuevas películas mexicanas y al 79% le gustaron.

FIRMA DEL ASESOR:

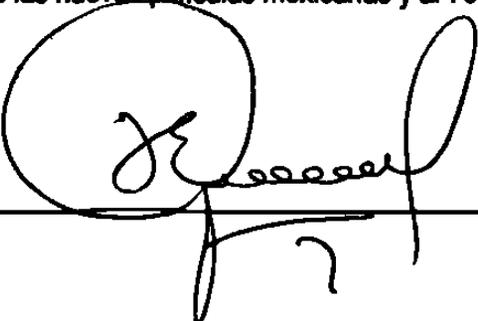


TABLA DE CONTENIDO

Capítulo	Página
1. INTRODUCCIÓN	1
2. MARCO TEÓRICO	9
2.1 La Globalización: Nuevos Desafíos Epistemológicos, Teóricos y Metodológicos	10
2.1.1 La Globalización: un Nuevo Paradigma	10
2.1.2 La Globalización y el Estudio de las Ciencias Sociales	12
2.1.3 La Globalización y la Investigación de la Comunicación	17
2.1.4 Las Industrias Culturales en la Era Global	24
2.1.5 El Mercado de la Cinematografía Mundial	31
2.2 La Economía Política del Cine en México	38
2.2.1 Las Industrias Culturales Mexicanas y la Globalización	38
2.2.2 El Cine Mexicano y la Globalización	46
2.2.3 La Oferta de Cine en Monterrey, N. L.	62
2.3 El Estudio del Público de Cine	63
2.3.1 Estudios Antecedentes sobre el Público de Cine	64
2.3.2 Teorías Comunicacionales Contemporáneas en el Estudio del Público	81
2.3.3 Los Modelos de Consumo Cultural	87
3. MÉTODO	95
3.1 Diseño de Investigación	95
3.1.1 Hipótesis	98
3.1.2 Población y Muestra	102
3.1.3 Pruebas de Confiabilidad y Validez	109
3.1.4 Recolección de Datos	111

LISTA DE TABLAS

Tabla		Página
1.	Películas Producidas en México de 1990 a 2001	48
2.	Películas Estrenadas en México, por País de Origen, de 1991 a 2001	49
3.	Salas de Cine y Número de Espectadores en México de 1991 a 2001	51
4.	Oferta de Películas Exhibidas en las Salas de Cine del Área Metropolitana de Monterrey, N. L.	115
5.	Oferta de Películas por País de Origen	117
6.	Número de Salas y Películas Exhibidas, en Promedio, por día	119
7.	Películas Mexicanas que Recuerdan Haber Visto los Asistentes a las Salas de Cine	136

LISTA DE FIGURAS

Figura	Página
1. Distribución por Sexo de los Asistentes a las Salas de Cine	121
2. Distribución por Edad de los Asistentes a las Salas de Cine	122
3. Distribución por Escolaridad de los Asistentes a las Salas de Cine	123
4. Distribución, según si Tiene Empleo o no, de los Asistentes a las Salas de Cine	124
5. Distribución por Estado Civil de los Asistentes a las Salas de Cine	125
6. Distribución por Municipio de Residencia de los Asistentes a las Salas de Cine	126
7. Factor que Influyó en la Selección de la Película	129
8. Frecuencia de Asistencia a las Salas de Cine	130
9. Preferencias de Películas	132
10. Respuestas a si Recuerdan Haber Visto una Película Mexicana	134
11. Opinión sobre las Películas Mexicanas Vistas en el Cine	135
12. Gasto de los Asistentes en las Salas de Cine	138