

Cine“Filiás”

Un estudio de caso en Colombia sobre las preferencias de los apasionados a la cinematografía¹

EMMANUEL HURTADO CORREA²

Artículo recibido el 21 de febrero de 2021, aprobado para su publicación el 7 de diciembre del 2021

Resumen

Este texto expone los hallazgos de la investigación sobre *los gustos y preferencias* de individuos que se pueden catalogar como miembros de la virtual comunidad cinéfila. Por medio de un estudio de caso y el análisis cualitativo-descriptivo, y tomando como unidad de trabajo los testimonios de cinco cinéfilos expertos e inexpertos, se aborda como categorías de análisis: *Percepciones cinéfilas conscientes* y *Percepciones cinéfilas no conscientes*. El objetivo se orientó a indagar sobre sentimientos, pasiones, orientaciones y tendencias formales en torno a su inclinación por el cine. Los resultados muestran qué ha llevado a cristalizar el cine como un medio de realización no solo personal sino laboral, y cómo se vinculan con la experiencia cinéfila en el momento de tomar elecciones para consumir filmes por su valor simbólico. Los hallazgos reportan tres tendencias de cinéfilos que se proponen como: Cinéfilo Ensoñador (creativo), Cinéfilo Ecléctico (tolerante) y Cinéfilo Mainstream (convencional).

Palabras clave: Cinefilia; Cine; Entretenimiento; Gustos cinematográficos; Consumo cultural; Estudios sobre cine.

1 Este artículo es derivado de la Investigación: *Cinefilias. Estudio sobre los imaginarios de los devoradores de imágenes*. Coordinada por el docente Carlos Fernando Alvarado Duque del Programa de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad de Manizales.

2 Comunicador Social y Periodista de la Universidad de Manizales. Correo electrónico: emmanuelhc7@hotmail.com

Cinema“Philiass”

A case study in Colombia on the preferences of those who are passionate about cinematography

Abstract

This text exposes the research findings on the tastes and preferences of individuals who can be classified as members of the virtual cinephile community. Through a case study and qualitative-descriptive analysis, and taking as a unit of work the testimonies of five expert and inexperienced moviegoers, it is approached as analysis categories: Conscious moviegoer perceptions and Non-conscious moviegoer perceptions. The objective was oriented to inquire about feelings, passions, orientations and formal tendencies around his inclination for the cinema. The results show what has led to the crystallization of cinema as a means of realization, not only personal but work-related, and how they are linked to the cinephile experience at the time of making choices to consume films for their symbolic value. The findings report three tendencies of moviegoers that are proposed as: Dreamy Moviegoer (creative), Eclectic Moviegoer (tolerant) and Mainstream Moviegoer (conventional).

Keywords: Cinephilia; Movies; Entertainment; Cinematographic tastes; Cultural consumption; Film Studies.

1. Introducción

En la actualidad, aunque existe mucha información sobre el consumo cinematográfico (interés para los estudios de consumo de medios audiovisuales), no solo a nivel científico (investigaciones y ensayos académicos) sino popular (comunidades de cinéfilos que comparten comentarios e interés), particularmente en Colombia muy pocas producciones circulan en revistas científicas sobre *preferencias y gustos de los cinéfilos* (problema de interés en este estudio). Ahora bien, cuando se habla de investigaciones en esta temática, por lo general, se hallan artículos sobre ¿cómo es la cinefilia? y ¿qué es la cinefilia?, temas referentes a críticas sobre películas realizadas por cinéfilos o en qué medida esta filia puede encontrarse en diferentes campos de la vida (educativo, laboral, lúdico, etcétera); igualmente, se inquiriere sobre el cómo ha cambiado el cine y la cinefilia al pasar de los años, afectada por las nuevas tecnologías que han llevado a transformaciones en las maneras de ver y consumir el cine. Al parecer, existe una carencia o poca visibilidad de material especializado o indexado que destaque dichas categorías de estudio.

Se puede enfatizar que en Colombia (área geográfica de interés) es muy limitado el desarrollo en esta línea investigativa cuando de *Gustos y preferencias cinéfilas* se trata. Cabe resaltar que

gran parte de las publicaciones sobre cinefilia en el país, hace referencia a la década de 1960 y al gran *boom* que se dio en la ciudad de Cali junto con la creación de *Caliwood* en los tiempos de Andrés Caicedo. Según el Ministerio de Cultura (2009), en Colombia hay una preocupación por la falta de investigación sobre el cine en general; se señala que el diagnóstico realizado en 2009 reportó la existencia limitada de medios dedicados, por un lado, publicaciones impresas con los siguientes datos: 14 revistas indexadas, 24 libros, 13 catálogos, 8 revistas generales, 12 compilaciones, 26 revistas especializadas y 21 memorias; y, por otra parte, la circulación digital con unas 19 páginas Web (Ministerio de Cultura, 2009). No obstante, es de reconocer que en Colombia, a pesar de incrementarse la investigación sobre cine, en la última década, se encontraron muy pocos registros sobre el tema de la cinefilia. Igualmente, el mismo Ministerio ha expresado que es inquietante la baja circulación de investigaciones fílmicas, resaltando que los medios citados no hacen presencia en todo el territorio Nacional, con baja tendencia frente al abordaje del fenómeno más allá del simple consumo o registro estadístico (véanse los *Anuarios estadísticos* publicados por el Ministerio de Cultura, 2009, 2010, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016, 2017).

Es de señalar que la experiencia cinéfila, mediada por particularidades de las vivencias cotidianas que son únicas para cada individuo, pero, a la vez, construidas colectivamente, por su valor simbólico, está ligada a lo que se quieren o se aprecia, y dependen a gran escala de lo que se percibe, aprende y vive en un entorno. Los gustos y preferencias son objetivables en términos de comportamientos aprendidos y constituyen prácticas simbólicas que, en términos de Bourdieu configuran el *habitus* (hábitos transformados en prácticas sociales). Para el pensador, el *habitus*, el cual hace que personas que hayan convivido en situaciones similares puedan llegar a tener estilo de vida o tendencias parecidas, determina de forma compleja las posibilidades de elección para definir lo que se quiere, en términos cinéfilos. El *habitus* se incorpora dentro de las historias de vida para evidenciar, mediante similitudes, gustos parecidos pero, a la vez, con sutiles diferencias.

Entonces el *habitus* hace posible la producción libre de todos los pensamientos, acciones, percepciones, expresiones, que están inscriptos en los límites inherentes a las condiciones particulares —histórica y socialmente situadas— de su producción: en todos los ámbitos, aun los aparentemente más ‘individuales’ y ‘personales’ como pueden ser los gustos y las preferencias estéticas (Bourdieu, 2010, p. 15).

Abordar la cinefilia, como objeto de estudio, es involucrar el gusto por el cine más allá de una actividad re-creativa, es incorporar al sujeto en su cultura consigo mismo y con los otros. Ello permite re-configurar el discurso cinematográfico en sus composiciones técnicas para re-situar la narrativa subjetivada por los públicos y mediada por la cultura de pertenencia. Refiriéndose al gusto, señala Mantecón (2017):

Si bien se muestra como la manifestación aparentemente más libre de los sujetos, el gusto es el modo en que la vida de cada uno se adapta a las posibilida-

des ofrecidas por su condición de clase y que además clasifica socialmente. Al relacionarse con las ofertas culturales, los públicos – provenientes de grupos y clases sociales diferentes– se apropian de elementos que son frecuentemente utilizados como instrumentos de diferenciación social y de identificación colectiva en oposición a otros segmentos (92).

Investigar los *Gustos y preferencias cinéfilas* lleva a plantear dos tópicos de análisis: percepciones conscientes y percepciones no conscientes; es decir, el intercambio de vivencias colectivas mediadas por los procesos de individuación. En este caso, únicamente se dará una visión global de la preferencia de los cinéfilos, la cual no se podrá ser generalizada a toda la comunidad de cinéfilos, dado el enfoque metodológico (estudio de caso); de igual forma, no se abordan los hallazgos desde el análisis cuantitativo, sino cualitativo. Mediante un sondeo realizado a cinco voluntarios, identificados a través de fuentes especializadas (personas conocedoras en el tema), se aplicó una entrevista cualitativa que, no obstante, gracias a la existencia de una historia colectiva que agrupa a los entusiastas del entorno fílmico, permitió la tipificación, en términos de tendencias.

Los casos analizados muestran un perfil cinéfilo caracterizado por tener, entre otros, una educación familiar cercana al cine, ser estudiosos/amantes del séptimo arte con el desarrollo del gusto estético por los films. Esto muestra una tendencia hacia la formación de criterios de apreciación audiovisual, como bien señala Bourdieu (2010) con un mayor desarrollo de la capacidad de percepción o facilidad para hablar de valores culturales en co-dependencia con factores sociales, económicos y educativos.

2. Breve lectura a la producción investigativa. A manera de antecedentes

2.1. Cinéfila como parte de la cultura

A partir de las investigaciones encontradas sobre la cinefilia, esta filia nace en el mundo como una contra cultura la cual busca hacerle frente a una época de represión, en la que se juzgaba lo que parecía estar mal dentro del comportamiento adecuado de los individuos. Prácticamente se le atribuye su creación a la *Nouvelle Vague*, quienes eran un grupo de cineastas de la época de los años de 1950 y los cuales reaccionaban de manera crítica contra las posturas del cine francés de esos tiempos. Sobre esto Sedeño (2013) ha dicho que: “La cinefilia se entiende como una reacción al contexto cultural de la posguerra centroeuropea (en concreto francesa) y como un fenómeno propio del cambio de paradigma de la estética del arte” (p. 2). Ellos mismos han sido considerados como el grupo que ayudo a revolucionar el cine y a su vez este movimiento contribuyó a crear los criterios del cine como arte. Al respecto, Baecque (citado en Magalhães y Cordeiro, 2012) afirmó que prácticamente fue la reacción al entorno en el que permutaban, donde se denotaban las jerarquías y donde se llamaba al arte para contradecir lo que se veía como vulgar en la industria cultural.

Los años posteriores a esta década de 1950 se convirtieron entones en la época donde el cinéfilo frecuentaba más el cine y esperaba pacientemente la oportunidad de disfrutar el estar en las salas de cine y compartir de un momento individual y a su vez colectivo. Se puede afirmar, siguiendo a Magalhães y Cordeiro (2012) quienes afirman que: "... el hábito de ir al cine también se configura como característica definitoria de la cinefilia clásica, sobre todo en el sentido de la colectividad, del ver colectivo" (p. 5), que estos mismos cinéfilos frecuentaban los cines con el fin de lograr captar que buscaba el autor en su obra o cómo se había logrado su creación. Con ello llegaba también a crear un ritual al momento de disfrutar de la sala de cine, al ocupar los primeros puestos del teatro, al buscar la mejor ubicación para no perder detalle de las imágenes mientras se rodeaban de la oscuridad que simultáneamente los unía con los demás receptores (Soria, 2019, p. 2). También realizaban escritos sobre como ver los filmes y en que fijarse para, con esto, dar ilustración a aquellos espectadores que carecían de una visión más estética del arte.

Luego de haber creado sus propios rituales, la cinefilia arraigó un comportamiento y logro hacer que el cine se convirtiera en centro del arte para esa época, llegando también a generar una forma de reflexión desde la visión artística; por supuesto también de todo este movimiento de la década de 1950 surge una de las características más importantes de, por así decirlo el quehacer del cinéfilo. "... la crítica de cine. Esta práctica materializó la idea de que la emoción fílmica y sus placeres asociados puede ser una forma de gozo intelectual" (Sedeño, 2013, p. 5).

Ahora bien, los reportes de investigación en torno a los alcances de la cinefilia contemporánea dejan en claro cómo a pesar de la tan anunciada muerte del cine, éste no va a desaparecer sino que tiende hoy a generar un nuevo rostro con la transformación de la relación cine – cinefilia– cinéfilo. Como bien señala Sedeño (2013), por el contrario, emerge la necesidad de *gestionar el gusto cultural*, es decir, la cinefilia contemporánea se muestra más asequible al cinéfilo con mayor circulación de películas, para posicionarse como: "... un agente específico de recepción fílmica [...] que parece adaptarse a su necesidad de participación y su sentido de comunidad". Se han transformado las prácticas cinéfilas, primero, por las nuevas formas de distribución, lo cual va a problematizar, mayormente, el vínculo imagen - espectador, señala Magalhães (2012) y, segundo, por los cambios que trae la modernidad, con nuevos rituales culturales para pasarse del contenido, como mira de la cinefilia, al objeto mismo (de consumo). "A pesar de individualizarse, el cinéfilo no necesariamente se encuentra incomunicado..." (Magalhães, 2012, p. 518).

2.2. Cinéfila y sus cambios por el choque tecnológico

Cincuenta años después de la época del cinéfilo clásico se ve la llegada de ciertas herramientas tecnológicas las cuales han llevado a un cambio de hábitos frente a la manera de ver cine y del comportamiento del espectador frente a los rituales y la importancia de estos mismos en cuanto a cómo apreciar, compartir y analizar las películas. Enfatiza Soria: "Cuando la televisión, el video y luego Internet asumieron la hegemonía del mercado audiovisual, tanto

los dispositivos como los públicos comenzaron a cambiar” (2019, p. 2). Pero, antes de que estos cambios fuesen visibles se llegó a hablar de la muerte de la cinefilia por el mismo hecho de la introducción de estos nuevos elementos.

La nostalgia y el anhelo con el que Sontag versa sobre la cinefilia francesa, expone con claridad la discusión en torno a los motivos por los que la cinefilia habría entrado en proceso de extinción, amenazado por un avance tecnológico que estaría alejando cinéfilos del ‘encanto’ de los rituales que implican el ir al cine y sacar provecho de las experiencias cinéfilas (Magalhães y Cordeiro, 2012, p. 5)

Se habla, así, de que esta muerte de la cinefilia tenía que ver en su momento con la facilidad de ver películas en los hogares, hecho que despojaba todo el arte que significaba el apreciar los filmes como se hacía en las décadas de los cincuentas y setentas. Se pensaba que el espectador al perder la necesidad de ir al teatro y poder ahora ver las películas en su entorno cercano, es decir las películas van directamente a él, perderían el interés del cine como arte. Dominique Païni (en Sedeño, 2013) habla de una generación que nace de la oportunidad de vincularse con el magnetoscopio, donde la cultura del cine deja de ser distante del espectador, para llegar a los domicilios y poder ser manipulada a gusto de quien la ve. Lo que hace que se pierda la necesidad de ver un film a la velocidad que debe tener.

La consecuencia de este choque con las nuevas tecnologías finalmente no llevó al deceso de la cinefilia, solo llevo a que se creara una nueva especie de cinéfilo el cual se acopló a todas estas nuevas herramientas las que de igual modo dieron surgimiento a nuevos espacios de consumo y formas de comportamiento del espectador. Sedeño (2013) afirma que: “A pesar de estas visiones apocalípticas, los cinéfilos no sólo siguen yendo a las salas, sino que existen otras muchas formas de consumir cine” (p. 7). Estos nuevos espacios que ha bridado la tecnología ofrecen la posibilidad de ver películas en la casa mediante la compra de DVD, *Blu-ray*, también por internet en diferentes plataformas legales o no, e incluso desde dispositivos móviles; pero todos estos cambios no han llevado a que el cinéfilo haya dejado de ir al cine, solo ha ampliado las posibilidades y facilidades de consumo (Magalhães y Cordeiro, 2012).

Hay que agregar a esto el hecho de que la llegada de estas plataformas no solamente ha acercado al consumidor a lo que se quiere ver, sino que también le ha otorgado espacios en los cuales compartir su perspectiva, sus críticas y también las oportunidades de aprender de otros cinéfilos. Bamba (en Sedeño, 2013) opina que una práctica que ha modificado la cinefilia en los últimos años es la participación colectiva en chats y foros de discusión, donde además de conocer las películas en cartelera o las cercanas a estreno, los cinéfilos participan planteando o debatiendo.

En síntesis, se puede ver que en la actualidad el cine ha permeado cada espacio dándole facilidades al cinéfilo para ver, por medio de la televisión, los computadores, tanto en internet como en formatos fáciles (como ya se mencionó) de adquirir y reproducir como los DVD, *Blue-ray*, entre otros, pero no han dejado de lado a las salas de cine y a las manera de disfrutar dicho espacio, evocando a la cinefilia clásica, la que a su vez se ha mezclado con estas nuevas

formas de disfrutar films y ha creado hábitos nuevos, de los cuales se han planteado teorías actuales, de cómo se usan y si puede llegar a ser tan ameno como estar en el teatro. Stam (citado en Magalhães y Cordeiro, 2012) habla de que las películas han sido creadas y filmada para ser disfrutadas en la pantalla gigante. Actualmente el cinema no es la única manera de poder ver una película, por lo que se ha convertido en algo menos del espacio y la colectividad. También se denota el hecho de que es más fácil conseguir información sobre críticas hechas por los cinéfilos, algunos comentarios o ver la puntuación de una película antes ir a su presentación y compartir los conocimientos que cada uno a adquirido por sus propios medios. “Los cinéfilos contemporáneos se acercan a los diferentes modos y posibilidades que ofrecen las tecnologías, puede localizarse un cierto movimiento hacia la adaptación de las mismas dentro de su habitus básico” (Sedeño, 2013, p. 8).

En síntesis, hay un avatar que, para bien o para mal, lleva a la producción de una cultura cibernética que afecta la cinefilia. Guerreiro enfatiza en que los lenguajes fílmicos, hoy, con mayor fuerza permiten la compaginación con otros mundos, “... ha catalizado la vida del ser humano y la interacción con su propio entorno...” (2007, p. 1). Las múltiples maneras del cine de hacer relatos sobre la realidad, ha llevado a la cinefilia a las prácticas pedagógicas, en las cuales prevalecen los repertorios humanistas vs. Los repertorios del cine-arte (Benasayag, 2017). El autor resalta la capacidad de cine para incitar, conmover y comunicar lo intangible para propiciar otras formas de acceso a los saberes. En suma dos modos cinéfilos: el cibernauta y el pedagogo.

3. Referente conceptual: reflexiones de soporte

3.1. La cinefilia: concepto y mediación

La cinefilia como concepto, y definido por la Real Academia Española (RAE), significa: *Afición al cine*. Pero, en términos de aplicaciones en el mundo cotidiana, es algo que no se enseña formalmente y que cada persona que siente amor por las películas va formando a través del tiempo con base en sus gustos propios; en muchos casos es algo que se marca desde la infancia y también se puede llegar a clasificar, ya que existen cinéfilos por gustos o movimientos, a su vez cada cinéfilo aprende no solo por su búsqueda propia, sino también por el poder conocer las opiniones de otros que hacen parte de su grupo social, mediante críticas de cine, análisis o comentando frente a un film. “El cinéfilo vive sus relaciones y ambiciones a través de la mediación del cine” (López, 2005, p. 1).

La cinefilia llega a ser una pasión de la que no hay mucho escrito, se ha convertido en un misterio para algunas personas, pero sí se puede vincular directamente con el cine y ha tenido una relación muy estrecha entre quien ve films y quien se interesa por el arte. La mediación del arte se hizo fuerte en el siglo XX (Magalhães y Cordeiro, 2012).

En palabras de Vergara (2018), se “... afirma que la cinefilia correspondería a un fenómeno universal asociado a experiencias, sensaciones individuales frente a ciertos filmes, basado

sobre todo en lo que a menudo se ha considerado como una relación de amor al cine” (p. 41). Este amor puede llegar a ser tan grande que incluso existen cinéfilos obsesivos, que pueden llegar a ver cientos de veces una película, cosa que los hace seres con criterio en el momento de referirse o hablar de dicho film. No solo llega a ser un gusto, sino, también una manera de vivir, en la cual se colecciona, se aprende, de comparte y se busca que es lo que está más allá de lo que se puede ver en la película. Aranda, Esquirol y Sánchez-Navarro (en Araujo y Fraiz, 2012) comentan que los cinéfilos han construido, a través de su amor por el cine, una forma de vida en la que su pasión o deseo configura cómo y qué hablar, igualmente, que escribir, mirar y pensar sobre el cine.

Pero dichas formas, convertidas en prácticas o *habitus*, al correr de las décadas, han cambiado, reconstruyéndose a partir de los nuevos estilos de vida y nuevas prácticas sociales. Han sido influenciadas por los cambios y avances tecnológicos que, a la vez, han propiciado nuevas formas de comportamiento. “La cinefilia es una experiencia ante la imagen cinematográfica que puede identificarse con prácticas concretas en diferentes momentos históricos” (Soria, 2019, p. 2).

Como se puede observar la cinefilia hace referencia a un grupo de personas que se sienten atraídas por las películas, por sus imágenes, sus historias, maneras de mostrar la vida, en fin todo aquello que conforma todo el film. Son personas a las que les gusta poder compartir sus experiencias sobre lo que han visto, expresar a otros de su mismo grupo si les gusto o no lo que han visto, contar como trasciende dicho producto audiovisual, coleccionarlos o ver la mayor cantidad que puedan para analizarlas y aprender, son seres que prácticamente son autodidactas por la falta de una formación formal sobre este tema y que realizan su práctica sin reflexionar mucho sobre su condición de ser cinéfilo, más allá de esto tratan de darle importancia al hecho de disfrutar una película.

3.2. Gustos y preferencias

El gusto, según expresa la RAE, significa: “Sentido corporal con el que se perciben sustancias químicas disueltas, como las de los alimentos”. Por otro lado, el significado de preferencia explicado también por la Real Academia Española hace relación a la: “Primacía, ventaja o mayoría que alguien o algo tiene sobre otra persona o cosa, ya en el valor, ya en el merecimiento”. Interesa abordar este concepto desde la integración de los dos componentes citados, para entender el gusto como un solo elemento. No obstante en el ámbito cultural se puede referir a cosas similares, cuando se habla de un deseo u objeto que llega a ser gratificante o satisface el bienestar físico o emocional; también se pueden usar de manera contraria en caso de que se sienta aversión por algo. Enunciado por Bozal (1999). “Por gusto entiendo un sistema de preferencias individual o colectivo. [...] la colectividad que hace suyo el sistema puede definirse a partir de criterios diversos, sociales y políticos, geográficos y cronológicos, culturales, económicos, etc.” (p. 25). Con base en esta conceptualización se puede entender que existe una compatibilidad de preferencias entre los consumidores, aunque cada uno

como individuo tiene decisiones individuales que pueden establecer una co-dependencia con un grupo. “Lo que se llama gusto es precisamente la capacidad de hacer diferencias entre lo salado y lo dulce, lo moderno y lo antiguo, lo románico y lo gótico, o entre diferentes pintores, o entre diferentes maneras de un mismo pintor, y, en segunda instancia, de probar y enunciar preferencias” (Bourdieu, 2010, p. 32).

Se puede afirmar que el gusto y las preferencias sirven para poder distinguir las cosas estéticamente agradables o desagradables; se genera una percepción que ayuda a identificar los sucesos que más satisfacción provocan. Zajonc y Markus (citado en Ruiz y Munera, 1993) afirman que las preferencias son principalmente manifestaciones del comportamiento que se cimientan en los afectivos. Las preferencias y los gustos prácticamente van de la mano. En definitiva, en este caso, el gusto se puede abordar como la sensibilidad en el ámbito artístico y estético del cine, lo que produce placer y se considera bello (lo admirado/deseado); los gustos llevan a inclinarse por la elección de algo según una escala de valores personales y sociales en función del agrado o gusto (lo valioso). “El modelo del gusto invierte la prioridad: algo es valioso porque es deseado. Esto es, dado el tipo de criatura biológica y psicológica que somos, nuestros deseos van a fijarse en ciertos objetos, en virtud de lo cual éstos adquieren valor” (Griffin, 1991, p. 41).

4. Metodología

En el marco de los estudios de caso, caracterizados por el uso de muestreo de intención no estadístico o muestra no aleatoria (muestra opinática de Arias [2006]) sin posibilidad de hacer generalizaciones de los hallazgos a poblaciones más amplias (criterio de validez externo en la investigación cuantitativa de corte empírico-analítico), esta investigación abordó como unidad de trabajo o corpus del estudio cinco participantes. Dos cinéfilos expertos (cinéfilos académicos o personas con un conocimiento amplio y reconocimiento dentro de esta cultura), y tres cinéfilos no expertos en el tema, solo apasionados por el cine (estudiantes universitarios). No obstante, con este corpus se hace una validación teórica que puede contribuir, como estudio piloto, a posteriores investigaciones de profundidad en el tema, con muestras más amplias.

La finalidad de esta investigación fue la de auscultar la experiencia cinéfila en torno a *Gustos y preferencias* para definir tendencias cinéfilas, sin hipótesis pre-establecida por el carácter descriptivo del estudio. Como instrumento de recolección de la información se utilizó la entrevista semi-estructurada, de las cuales quedo un doble registro como respaldo: grabación por audio y transcripción escrita de los testimonios.

Para el procesamiento de la información se hizo uso mediante una matriz de tamizaje con el fin de poder llegar a un proceso de interpretación de la información recabada partiéndose de la pregunta ¿Cómo la experiencia con el cine de los cinéfilos, desde sus gustos y preferencias, deja ver percepciones de vida? Pregunta guiada por dos categorías tratadas en sus aspectos técnicos o formales y los sentimentales o placenteros que presenta cada individuo participantes (corpus de la investigación), *Percepciones consciente* y *Percepciones no conscientes*.

5. Hallazgos. Una mirada de tendencias cinéfilas

Como se señaló, a partir de la matriz de tamizaje propuesta como herramienta para analizar la información recabada, se trabajó con dos categorías empíricas: *Percepción cinéfila consciente* y *Percepción cinéfila no consciente*. De ellas surgen los criterios sobre los que se acopló la categoría central *Gustos y preferencias cinéfilas* (problema de investigación) la cual permitió la delimitación de tres tendencias cinéfilas. Dichas tendencias se han nombrado dependiendo de las características de cada caso como: Cinéfilos Ensoñadores (creativos), Cinéfilos Eclécticos (tolerantes) y Cinéfilos Mainstream (convencionales). Igualmente las preferencias y los gustos merecen tratamiento especial como categoría central, no obstante estar presente en todo el análisis, como categoría transversal.

5.1. La precepción cinéfila consiente

Aquí se resalta la precepción cinéfila consiente, como el interés por el cine en sus aspectos formales: historia; narrativa, periodo histórico (contemporáneo, de época), tipo de producción cinematográfica (comercial - independiente - de autor - premiado - de Culto), procedencia (local, nacional, internacional, paisaje (urbano, rural, mixto), contexto histórico (contemporáneo, - época), contexto político (guerra - aventuras), género, tratamiento visual, etcétera.

Con base en los testimonios se ha hecho evidente que los cinéfilos suele apreciar cualquier tipo de cine, para ellos lo importante es poder disfrutar de la experiencia de ver la obra, aunque algunos especifican su preferencia por películas independientes. Al respecto se expresa: *Prefiero el cine de corte independiente, aunque no rechazo el cine comercial, pero me parece que en el independiente es donde están las propuestas más interesantes* (entrevistado 1). Aunque, en general, los entrevistados ven cine comercial, en una que otra ocasión, la tendencia es interesarse por la búsqueda de un cine sincero, o un cine que implique montajes y narrativas que hagan no solo eco de la relación realidad/ficción, sino que permitan el disfrute estético. *Hay un adjetivo que yo le pongo a las películas y es que sean sinceras [...]. Hollywood puede ser una cualidad para muchos, pero desde mi punto de vista es un defecto ya que es poco sincero en sus producciones* (Entrevistado 3). En otras palabras, se demanda un cine que hable de historias que sean creíbles o bien montadas. Cabe resaltar que para la mayoría de los entrevistados la escogencia de una película no depende de un estilo preferido, sino más bien del estado de ánimo o la situación en la que se encuentran, si quieren reír ven una comedia, si están pasando por un momento difícil de la vida pueden ver un film con el que se sientan compenetrados, que los identifique con el sentimiento de empatía (lo que les pasa a ellos le pasa a muchos más).

Se puede resaltar, que el grupo entrevistado muestran un interés por mantenerse actualizados sobre los detalles del cine, ya sea por buscar información, leer críticas, ver entrevistas de cineastas, recordar escenas que se han vuelto impactantes para ellos y, por supuesto, ver películas cada que pueden, incluso algunos a diario (hay quienes pueden ver una o dos películas

cada día). A su vez sienten una necesidad por comunicar eso que han visto. Algunos redactan sus propias críticas para compartir, hablan de lo nuevo o lo viejo que han aprendido en grupos, usan dicho conocimiento para darle contenido a sus conversaciones, y hacen uso de momentos de las películas como referentes o como detalles para las conversaciones cotidianas con sus grupos. Se crea también un vínculo casi de familia entre ellos. *Hay varias cosas que hago, leo mucha crítica, obviamente el debate con otros amigos que quizás disfrutamos del cine. [...] ese tipo de cosas, de eventualidades me parecen atractivas* (Entrevistado 5).

Se pueden señalar en torno a la percepción consciente del cine, por parte de los cinéfilos, la inclinación por las formas de hacer cine, por el manejo que se les dan a las narraciones, por la fotografía dentro del film, por la musicalización; pero, un rasgo característico de la mayoría es el poder ver cómo se cuenta la historia. Es destacable el hecho de que las respuestas de todos los entrevistados coinciden con una visión de vida en el cine o el cine como su vida; un cine que no solo hace parte de su individualidad, sino también de su vida laboral, al llevarlo a espacios donde pueden tratar de enseñar a otros mediante este medio o viven gracias al cine.

5.2. La Percepciones cinéfilas no conscientes

En cuanto a las *Percepciones cinéfilas no conscientes*, como segunda categoría de estudio, se puede destacar el interés por el cine en la vida personal, haciendo énfasis en: sentimientos, emociones, involucramientos, ilusión e imaginación, preferencias, motivaciones, tipo de experiencia con el cine. Lo que se puede resaltar aquí es que entre estos participantes hay una pasión por imaginar, ver, oír, sentir emociones y poder hacer sentir a otros; poder romper la realidad y sentir lo fantástico que puede ser el cine, donde se puede no solamente abandonar lo aburrido de la vida sino vivir lo fantástico de otras historias; es decir, la emoción que puede sentirse cuando llegan logran hacer catarsis al ver transcurrir los sucesos narrados, para ellos hay una transformación de emociones al sentir la vida en el cine.

De igual manera se activan emociones por el solo hecho de ir a las salas de cine, en las cuales se puede disfrutar de las texturas al ver las imágenes en pantalla gigante. En palabras textuales del entrevistado 4: *La experiencia de ir a cine como tal, de poder ver algo en pantalla gigante y de sentir cada textura es única*. El poder imaginar sobre estas situaciones que les presentan en la pantalla, así como ver las diferentes situaciones de vida y conocer sobre otras culturas lleva a los cinéfilos a pensar cómo el cineasta es capaz de contar estas historias en poco tiempo, cómo logra crear un vínculo con el receptor. Con ello, los cinéfilos se cuestionan por una postura que los lleve a ver más allá de la película y tratar de comprender cómo esto que los ha hecho ver una vida en pocas horas pudo hacerse, por qué de la fascinación por ver dichas películas sin importar que alguien ya les haya contado lo que pasa. *Sentarse frente a una pantalla que está a punto de presentar un relato, siempre es como una ruleta [...] por más que le hayan dicho esto o aquello, primero esta ese digamos, esa exaltación de no saber qué es lo que viene* (Entrevistado 1). Sienten también que el cine es el arte más completo que existe, ven esto como su propia forma de expresión.

En conclusión se puede denotar que los cinéfilos o al menos el *focus group* que se entrevistó tiene similitudes en aspectos como el tipo de cine que prefieren, el cual, en su mayoría, es manifestación o producto de la cultura, sin importar si es comercial o independiente. También se destaca el hecho del amor que se tiene por ver cómo les cuentan una historia y cómo el director es capaz, en dos horas, de narrar toda una historia de vida. Otro rasgo en común es el hecho de que no solo les gusta aprender, sino a su vez compartir ese conocimiento sobre sus experiencias frente a las obras que han visto; están muy apegados al hecho de poder imaginar y dejarse llevar por las imágenes y poder tener un momento de fantasía al ver representadas realidades que salen de su cotidianidad. De igual forma está el hecho de tener rituales ligados a la sala de cine y que, para ellos, el poder estar en dicho espacio les genera ilusión. Por otro lado, para ellos el cine es la vida, cada momento está vinculado a una experiencia vivida dentro de la gran pantalla.

5.3. Categoría central: Preferencias y Gustos

5.3.1. Preferencias

Las preferencias están vinculadas al consumo, como bien se mencionó, son un poder elegir para consumir a partir de una escala de valoración propia con mediación social (lo que es más valioso). Este consumo depende de los bienes que se ofrecen a las personas, en este caso como bienes culturales. Aquí el cine como una creación, no es algo natural, es una construcción social que depende, no obstante, de la capacidad del público de poder adquirirlo como producto que, a la vez, está condicionado por su finalidad, por un lado, manejar un negocio para una industria (cine comercial) y, por el otro, satisfacer las necesidades estéticas del interesado por dicha mercancía (cine independiente). Frente a la segunda anotación que toca con el gusto estético, los cinéfilos se destacan o caen en esta categoría ya que comprenden el producto y lo aprecian. Aquí se vuelve al tema del *habitus* el cual, en el campo de las preferencias, actúa mediante los gustos del individuo para dar una sensación de legitimidad o distinción social. En términos de Bourdieu, se plantean dos tipos de cultura, la alta y la baja, donde la primera tiene, como rasgo particular, una apreciación estética desinteresada y desapasionada, mientras que la segunda es más allegada a lo popular, a satisfacer sus sentidos. Se puede afirmar que los cinéfilos tienden a catalogarse más como cultura alta.

El consumo a lleva a estos cinéfilos a tener unas preferencias que bien o mal han sido creadas como producto para ellos, para satisfacer sus necesidades espirituales o materiales, y que los legitima dentro de su grupo, siendo ellos entonces un objetivo de consumo, aunque aquí prima algo más simbólico que comercial. Aunque las preferencias que tiene este grupo, se puede destacar, son polifacéticas (suelen ver todo tipo de cine ya sea independiente o comercial, sean de comedia, terror, ficción, cine negro u otros), hay una marcada inclinación al consumo de documentales, así como del cine que narra historias reales o ficticias, pero que muestran otras realidades culturales; aun así hay un público, más bien limitado (algunos de los casos analizados) que no se siente interesado por el cine comercial el cual plantea que el cine

independiente presenta historias mucho más interesantes, reales y sinceras que no se dejan llevar de la manipulación industrial, pero finalmente este consumo (preferencias) depende a gran escala de un momento específico o un comportamiento emocional (gustos) el cual los lleva a tomar la decisión de que ver. *Yo digo que todo tiene que ver más con el momento en el que este, con mi estado anímico* (Entrevistado 2).

5.3.2. Gustos

El gusto, como ya se señaló, está más vinculado a la experiencia estética pero totalmente ligado a las preferencias, vinculadas, a la vez, con la experiencia cotidiana por su valor individual y social. Experiencia mediada por anhelos o sentimientos, condicionados por el entorno o la cultura (hábitat del individuo) que puede involucrar la experiencia cinéfila con el propio proyecto de vida.

Se puede decir que, en cuestiones de gustos, los cinéfilos que hicieron parte de esta investigación resaltan el poder ir a ver una película en la sala de cine, por encima de las oportunidades actuales que ha brindado la tecnología para no salir de sus hogares. Hay también gustos ligados a lo que pueden encontrar, o no, en el film, los detalles como: la fotografía, la musicalización de la película y por supuesto el desenvolvimiento de la narración. Según el entrevistado del caso 2: *Hay tres cosas que para mí son elementales de ver una buena película, primero la historia, para mí es importantísimo la historia, segundo la banda sonora y tercero estoy entre el tema de la fotografía y la dirección de arte*. De esto depende mucho de que les guste, o no, la experiencia fílmica, en otras palabras, lo que apreciaron en el teatro. Vinculado a esto está el hecho del espacio, puesto que se vuelve relevante que dicho lugar cuente con detalles óptimos para disfrutar cada aspecto del producto, cosas como la iluminación y sonido.

Sus gustos prioritarios también se amplían al campo del mismo cineasta (director); el hecho de que alguno haya logrado envolverlos dentro de la película, con su manera de narrar los lleva a tomar preferencias sobre qué productos fílmicos ver o no ver. También se puede destacar que este gusto, en algunos casos, depende, por un lado, de las mismas relaciones interpersonales con miembros de su mismo gremio (espacio para debatir la experiencia cinéfila) y, por otra parte, de la incidencia del filme en el mismo consumo ya que puede generar cambios de percepción y, por lo tanto, cambios en el gusto.

Claramente todo el tema de gustos y preferencias es algo subjetivo en niveles indeterminados, puesto que cada persona tiene comportamientos diferentes y poseen detalles únicos que se apartan de los demás, pero aun así se presentan detalles colectivos los cuales los hace pertenecer a un grupo determinado, que como se ha señalado depende de su educación, nivel social y su entorno.

5.4. Tendencias cinéfilas

Como ya se enunció, derivado de los hallazgos se pudo detectar ciertas tendencias presentes en los cinéfilos que fueron objeto de estudio. Estos rasgos, a partir de los gustos y preferencias frente a la experiencia cinéfila, permitieron identificar y agrupar a los individuos según, presentaran, o no, características similares. Por una parte, se muestran, con menor prevalencia, dos tendencias: el *Cinéfilo Ensoñador* (creativo) y el *Cinéfilo Mainstream* (convencional) y, por la otra, con mayor presencia, el *Cinéfilo ecléctico* (tolerante).

Las tendencias señaladas han sido consideradas dependiendo de los indicadores o rasgos divisados en las reacciones argumentadas por el objeto de estudio. Se consideraron los criterios frente al cine así: 1) en torno a preferencias demarcadas por el consumo cultural del séptimo arte: procedencia del cine, tipo de cine, géneros, tiempos retratados por el cine e intereses por la realización del filme; y, 2) a partir de los gustos que, aunque muy ligados a las preferencias como se enfatizará, se delimitan por factores de la personalidad de cinéfilo y su conexión espiritual-intangible o intrínseca con el entorno para derivar en percepción subjetiva que involucra: sentimientos, emociones y valor del cine (en la tabla 1, ver matriz).

5.4.1. Cinéfilo Ensoñador (creativo)

En este caso se encontró la existencia de cinéfilos que tienen unos gustos determinados en los cuales se puede especificar que presentan un gusto por el cine de procedencia internacional, con preferencias hacia los filmes alternativos, independientes y de autor, también se puede definir que existe un arraigo a géneros como *Thriller*, *Drama* y *Gánster*. En lo referente a los tiempos de representación de la narrativa suelen ver cine clásico así como contemporáneo y ven un gran interés por el tratamiento de la historia o relato en estos productos. De todo este material suelen tener, por un lado, como bien emocional una catarsis emocional y del pensamiento, así como sentimentalmente se ven estupefactos, asombrados y curiosos hacia los detalles que perciben; y, por otro lado, encuentran un valor en el cine que hace volar su imaginación y tener una experiencia expectante.

5.4.2. Cinéfilo Ecléctico (tolerante)

Esta tendencia parece ser la más común, puesto que en tres de los cinco casos se hallaron similitudes frente a estas preferencias y gustos. Se pudo determinar que este tipo de cinéfilos son apasionados de los filmes tanto nacionales como internacionales, no tienen un gusto definido por el tipo de cine que ven, por ende, aceptan todo tipo de producciones, aunque sus géneros favoritos son el drama, el terror, la comedia, los documentales, al igual que ven cine de culto. Hay preferencia tanto por el cine de época como por el contemporáneo, su interés por el cine está ligado a la narración de los filmes y al estado de ánimo, tanto como al momento en el que se encuentren para ver la película; presentan un gran sentimiento al poder compartir sus vivencias y emocionalmente pueden llegar a una catarsis total, por otro lado la empatía que crean con los personajes, el desarrollo de la imaginación, el poder conocer

otras culturas mediante el cine y vivir nuevas experiencias, es lo que los lleva a asignarle al cine un valor socio-emocional.

5.4.3. Cinéfilo Mainstream (convencional)

En este caso se registra un cinéfilo con gusto por el cine de procedencia nacional y americano, pero, su tipo de cine es de tendencia comercial y no presenta un gusto por el independiente, se arraiga a géneros como las *chich-flick*, historias y documentales. Igualmente, suelen observar solo cine contemporáneo e interesarse por los filmes que tengan una buena puesta en escena, una historia interesante, les gusta que haya una banda sonora ejemplar, son detallistas en la fotografía de estas películas, el arte y la narración. Sienten también mucha curiosidad por cada producto audiovisual, suelen captar detalles que logra activar todas las emociones cada que ven una película, valoran mucho la capacidad del autor por crear estos productos y como es la visualización de la humanidad en el cine.

Tabla 1
Matriz de tendencias cinéfilas

INDICADORES O RASGOS	Cinéfilo Ensoñador (creativo) TENDENCIA 1 Caso 1	Cinéfilo Ecléctico (tolerante) TENDENCIA 2 Casos 2, 3 y 4	Cinéfilo Mainstream (Convencional) TENDENCIA 3 Caso 5
PROCEDENCIA	Cine internacional.	Cine Nacional e Internacional.	Cine Nacional y Americano
TIPO DE CINE	Independiente, alternativo, de autor.	Todo tipo de cine	Cine comercial (no independiente).
GÉNEROS	Thriller, Drama, Gánster.	Drama, Terror, Comedia, Documental, Culto.	Chich-flick, Históricas, Documentales.
TIEMPOS	Clásico y contemporáneo.	Época y Contemporáneo.	Contemporáneo.
INTERES	El tratamiento y la narrativa.	La narración.	Puesta en escena: la historia, la banda sonora, las fotografías, el arte, la narración.
SENTIMIENTO	Estupefacción, asombro.	Asociado al estado de ánimo al momento de ver la película. Compartir vivencias.	Curiosidad.
EMOCIONES	Catarsis emocional y del pensamiento.	Catarsis total.	Activa todas las emociones.
VALOR DEL CINE	Hace volar la imaginación. Experiencia expectante.	Empatía con los personajes. Desarrollo de la imaginación. Conocer otras culturas. Vivir nuevas experiencias.	La visualización de la humanidad en el cine. La capacidad de crear en el cine.

Fuente: Elaboración propia

En síntesis, se puede afirmar que las tendencias 2 (ecléctico/tolerante) y 3 (Mainstream/convencional) se mueven más en la línea de una cultura baja (en términos de Bourdieu) orientados a la satisfacción de los sentidos, mientras que la tendencia 1 (ensoñador/creador),

por el contrario, se inclina por una alta cultura o valor estético de la experiencia cinéfila. Se encontraron dos rasgos muy enraizados en las tres tendencias (puntos comunes): desde las preferencias o cine que consumen con alto valor en el tratamiento de la narración y, desde los gustos la inclinación o reconocimiento de un cine que les produce catarsis.

6. Conclusiones

Queda claro que no existen muchos medios o publicaciones que realicen investigaciones sobre la cinefilia a nivel colombiano. Argumento del cual hay constancia en informes del Ministerio de Cultura, quienes también afirman que existe pocos sitios web afines al tema, en gran parte el contenido que se hace público o fácil de conseguir suelen ser críticas de cine, sinopsis de estos filmes o puntuaciones; fuera de esto en Colombia otra de las cosas que se puede encontrar sobre la cinefilia o de la que hay material es de la época cinéfila de los años sesenta y el *boom de Caliwod*.

Se observó también que los gustos y las percepciones de los individuos dependen de lo que hayan vivido y aprendido en determinado momento de su vida y que esto los lleva a hacer parte de una historia en común con sus colegas cinéfilos o que Bourdieu llamo el *habitus*, aun así, se pudo observar que catalogar o tratar de dar una justificación exacta sobre qué cosas quiere una persona es un tema complejo ya que se presenta subjetividad al momento de tratar de predecir qué preferirá una persona.

Por otra parte, se reconoce que parte de la historia de la cinéfila, la cual surgió en la década de 1950 como un ancla de la contra cultura de la época, tiene sus orígenes en la *Nouvelle Vague*, quienes con sus críticas a la industria cultural, de ese entonces, lograron abrir los criterios del arte, atacando lo que se planteaba que estaba mal visto en dicha industria. Igualmente, fueron un pilar para que el cine fuese centrado como arte en el siglo XX. En las décadas posteriores se genera un alto flujo de cinéfilos hacia las salas de cine, tema que lleva a la creación de rituales de como ver las películas, como analizarlas para poder redactar sus críticas o textos explicativos de lo que pensaban que dicho autor quiso expresar o como realizo su trabajo audiovisual.

Con la llegada de las nuevas tecnologías el *habitus* del cinéfilo cambió, llegando a pensarse que este iba a desaparecer por la facilidad de ver películas desde las casas y con esto se perdería el hábito de ir a las salas, pero, por lo contrario, el cinéfilo se adaptó a estos nuevos formatos y aprovecho aún más cada espacio que ellos le brindaron, volviéndose más fácil no solo el poder acceder a los productos audiovisuales, sino también el poder compartir sus opiniones y aprender las de otros.

La experiencia con el cine de los cinéfilos, desde sus gustos y preferencias, deja ver percepciones de vida que encierran, en doble vía, una pasión por imaginar, ver, oír y sentir en cada uno de los films que pueden acceder, ya que es dentro de la sala (en su sentido amplio: teatro, casa, etcétera) donde pueden pasar de lo aburrido de la vida a lo fantástico que puede ser una historia, conocer otras culturas y ver toda una vida en poco tiempo, así como ver cómo les cuentan los sucesos, ver el cine como su propia forma de expresión. El cinéfilo liga *El gusto* al consumo (preferencia) como un bien que satisface sus propias demandas y que, en general,

prevalece en el consumo de documentales e historias que muestren realidades, sean de la vida cotidiana o inventada. Aunque la mayoría tienen un gusto por el cine en general, algunos prefieren el *Cine independiente* ya que puede llegar a narrar mejores historias que Hollywood y mantener la sinceridad que buscan.

Referencias

- Araujo, N. & Fraiz, J. (2012). Segmentación del mercado de consumo audiovisual. En: *Revista Académica Hologramática*, 2(16), 17-36. Disponible en: http://www.cienciared.com.ar/ra/usr/3/1359/hologramatica16_v2pp17_36.pdf
- Arias, F. (2006). *El proyecto de investigación: Introducción a la metodología científica* (5ª edición). Caracas, Venezuela: Episteme.
- Bernasayag, A. (2007). La incorporación del cine de ficción en la escuela media: usos pedagógicos y cinefilia docente. I Jornadas Nacionales de investigación en Ciencias Sociales de la UNCuyo. [Online]. Disponible en: https://bdigital.uncuyo.edu.ar/objetos_digitales/9481/benasayag-ariel.pdf
- Bourdieu, P. (2010). *El Sentido Social del Gusto*. Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores.
- Bozal, V. (1999). *El gusto*. Madrid: Antonio Machado Libros.
- Griffin, J. (1991). Contra el modelo del gusto. En: *Revistas – DOXA*, 9, 41-68. Disponible en: [file:///C:/Users/usuario/Downloads/contra-el-modelo-del-gusto-0%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/usuario/Downloads/contra-el-modelo-del-gusto-0%20(1).pdf)
- Guerreo, A. (2007). El catalejo del cine, nueva sección para los cinéfilos del Caribe. Memorias. En: *Revista Digital de Historia y Arqueología del Caribe* (Uninorte). Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/855/85530621.pdf>
- López, J. (2005). Compromiso y objeto. Cinefilia en el cine de Eric y Almodóvar. En: D. Font (Presidencia). I Congreso Internacional sobre Cine Europeo Contemporáneo. Madrid: Universitat Pompeu Fabra. [Online]. Disponible en: http://www.ocec.eu/pdf/2005/lopez_javier.pdf
- Magalhães, L. & Cordeiro, F. (2012). A cinefilia no cinema contemporâneo: continuidades e rupturas. En: *Revista FAMECOS Mídia, Cultura e Tecnologia*, 19 (2), 511-529.
- Mantecón, A. R. (2012). Públicos de cine en México. En: *Alteridades*, 22 (44), 41-58. Disponible en: <http://www.redalyc.org/pdf/747/74728323004.pdf>
- Ministerio de Cultura-Republica de Colombia (2009, 2010, 2011, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016, 2017). *Anuarios estadísticos del cine Colombiano*. Disponibles en: <https://www.mincultura.gov.co/areas/cinematografia/Paginas/Anuarios.aspx>
- Ministerio de Cultura-Republica de Colombia. (2009). *Indagación diagnóstica sobre la investigación del cine colombiano informe de consultoría*. Disponible en: <https://www.mincultura.gov.co/areas/cinematografia/publicaciones/Documents/Indagaci%C3%B3n%20Diagn%C3%B3stica%20sobre%20la%20Investigaci%C3%B3n%20del%20Cine%20Colombiano.pdf>
- Ruiz, S. & Munuera, L. (1993). Las preferencias del consumidor: estudio de su composición a través del análisis conjunto. En: *Revista Estudios sobre el consumo*, 28, 25-42. Disponible en: <file:///C:/Users/usuario/Downloads/dcart.pdf>
- Sedeño, A. (2013). Nueva cinefilia: reflexiones sobre la transformación de las prácticas cinéfilas por las nuevas tecnologías de la contemporaneidad. En: *Razón y palabra* (Primera Revista Electrónica en América Latina Especializada en Comunicación), 83, 1-13.
- Soria, M. F. (2019). *La experiencia de la cinefilia contemporánea en Uruguay* (Ponencia: Universidad de la República de Uruguay). [Online]. Disponible en: <http://odont.info/la-experiencia-de-la-cinefilia-contemporanea-en-uruguay-mara-fl.html>
- Vergara, X. (2018). Cinefilia temprana. Reflexiones a partir de las columnas de María Wiesse y León Klimovsky. En: *Revista de humanidades*, 37, 39-62.



