Introducción

En la actualidad, acudir al cine es una de las diversiones preferidas. Las producciones fílmicas, sin duda, han sido un eficaz medio de comunicación y de relación social y comercial, sin embargo, el fenómeno cinematográfico puede abarcar otra posibilidad que no guarda relación con el comercio: el arte.

El cine ha intentado penetrar como arte pero la mayoría de los espacios dedicados a él y las producciones cinematográficas se han dirigido hacia otros caminos y, aunque el cine emerge de la cultura, se ha instalado en la industria al relacionarse mayormente con el comercio.

Hablar de cultura o arte nos lleva a enfrentar diversas problemáticas y, el cine considerado de arte, no ha logrado escapar de ellas. Entre estas problemáticas se encuentran la falta de apoyo económico, la poca difusión y el bajo consumo que —en gran medida— han ocasionado que la atención, para el arte en general, sea mínima.

El apoyo económico es un aspecto muy importante que funciona como "motor" de cualquier institución para que ésta cumpla con satisfacción sus objetivos y las tareas que desarrolla; generalmente, el presupuesto que designan las dependencias para dichas cuestiones es limitado. En lo que respecta a la difusión, es importante resaltar que para que cualquier producto sea consumido, es preciso elaborar en torno a éste planes que le permitan integrarse en un mercado determinado y, en muchas ocasiones, el arte no hace uso de dicha herramienta. Por otro lado, el bajo consumo cultural puede deberse tanto a los prejuicios creados en torno a las cuestiones culturales o artísticas como a la calidad o cualidad de las producciones cinematográficas y espacios —entre otras razones— y esto, sin duda, ha afectado de sobremanera al Séptimo Arte.

Por el contrario, el cine considerado como comercial ha logrado entrar, colocarse y permanecer como parte de las actividades del ser humano. Este cine, cuenta con el suficiente apoyo financiero al implicarse como industria comercial y ha elaborado planes extremos de difusión y publicidad que le permiten obtener resultados

satisfactorios para generar cada vez mayor asistencia y lograr uno de sus objetivos, la obtención de ganancias.

En lo que se refiere a espacios para cine, es preciso resaltar que en los últimos años, los que exhiben sobre todo cine comercial (salas cinematográficas ubicadas en complejos comerciales), han tenido un sorprendente crecimiento en todo el país pero, los espacios dedicados al cine de arte no han corrido con la misma suerte. La limitante de sitios con características adecuadas para la proyección fílmica y disfrute de los individuos, entre otras cosas, ha generado que la asistencia para éste sea poca o casi nula.

Por lo anterior, el presente proyecto responde a un interés por lograr que exista un espacio propio para el cine, que dé paso a los filmes que no se proyectan en las salas comerciales, que cuente con mayor apoyo financiero y eleve la cultura cinematográfica.

Considerando que gran parte del éxito para las producciones que se proyectan en los complejos comerciales han sido las instalaciones, los espacios y la diversión y comodidad que éstos ofrecen a consumidores cinematográficos, propondremos para "el otro cine" alternativas que incluyan espacios con características y cualidades que generen mayor atención y rompan las barreras creadas alrededor de éste arte. Por otro lado, a través de dichos espacios se pretende también, vincular al arte del cine con el comercio, dando con ello el mismo tratamiento que se da al cine considerado como comercial.

Es importante destacar que dicho proyecto se enfoca al Estado de Puebla pues no existen en él, espacios que exhiban cine de arte y cuenten con las mismas características que los complejos que ofrecen cine comercial.

Para desarrollar el proyecto habrá que abordar distintos aspectos relacionados con el lenguaje del cine. A través del primer capítulo conoceremos al cine a partir de sus distintas facetas; presentaremos algunos espacios dedicados a la cinematografía y describiremos, a grandes rasgos, las características que identifican a cada uno. En el capítulo II, hablaremos sobre la sociología, un aspecto importante para el cine por

considerarse éste un acto social y presentaremos y describiremos brevemente los espacios existentes en Puebla, dedicados al cine de arte. Posteriormente presentaremos las justificaciones y alcances y limitaciones del presente trabajo para después iniciar con el desarrollo del proyecto y las propuestas para el cine que no se proyecta en las salas comerciales. Finalmente presentaremos un estudio cuantitativo que nos dará a conocer los hábitos de consumo así como algunas razones que provocan la poca asistencia para el cine de arte.

Buscaremos entonces, a través de este trabajo, "nuevas formas de expresión y penetración" para un arte que, en mayor o menor grado, forma parte de la vida de un individuo y, sin duda, le otorga diversas satisfacciones: el cine.

> La película es el medio de comunicación más importante de la época moderna (Cineteca Nacional de México, 1974)