



UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA

UNIDAD XOCHIMILCO

DIVISION DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES

LICENCIATURA EN SOCIOLOGIA

MODULO: XII "SOCIOLOGIA Y SOCIEDAD" TRIMESTRE LECTIVO

ASESOR: ROGELIO MARTINEZ FLORES

EFFECTO DE LAS PRODUCCIONES CINEMATOGRAFICAS (PELICULAS) EN

LA CONDUCTA HUMANA

ALUMNA: JENNIFER LIZBET CORREA CHAPARRO / 2202027854

FECHA DE ENTREGA: 27-05-2024

INDICE

✓ Tema e introducción	3
✓ Preguntas de investigación.....	5
✓ Objetivos específicos y generales e hipótesis	6
✓ Justificación.....	7
✓ 1. Metodología.....	9
✓ 2. Historia del arte.....	10
2.1 Filosofía del cine	
2.2 Breve historia de como el cine llego a la televisión.	
2.3 Internet y televisión: la guerra de la pantalla	
✓ 3. Marco teórico	17
✓ 4. Resultados	21
✓ Conclusiones.....	25
✓ Bibliografías.....	26
✓ Anexos.....	28

EFFECTO DE LAS PRODUCCIONES CINEMATOGRAFICAS (PELICULAS) EN LA CONDUCTA DE LOS ULTIMOS 5 AÑOS DE SUJETOS EN POSICION DE DIRECCION EN EMPRESA DE SERVICIOS, TRABAJADORAS SEXUALES E INDIVIDUOS CON ANTECEDENTES DELICTIVOS (2019-2024) EN CDMX

Introducción:

El corazón de este proyecto se concentra en figurar la percepción de la realidad asociándolo a nuestra interpretación que podemos ver en el arte del cine. Es decir, el ser humano puede encontrar diversas explicaciones a su mundo de acuerdo con lo que tiene a su alcance para conocer y entender los fenómenos a su alrededor. Podemos deducir fácilmente que también somos seres que nos adaptamos y entre más posibilidades tenemos de indagar en nuestro entorno, más preguntas tenemos y sobre todo, desarrollamos más necesidades y curiosidad. El arte, por ejemplo, es una forma de expresar aquello a lo que le hemos encontrado un sentido y una respuesta. Las películas, se han convertido en una interpretación moderna de lo que el mundo es por sí mismo y por lo tanto, una producción cinematográfica puede no solo facilitar el entendimiento de dichas interpretaciones, si no, de familiarizarlas con nuestra realidad.

De acuerdo con I Jarvie (2011), el ser humano explora y busca respuestas a fenómenos poco fáciles de explicar a través de la filosofía y por consiguiente lo interpreta al interior del arte. Esto es elemental si queremos hablar de como el arte se asocia de forma penetrante a los atributos de los conocimientos sobre nuestra realidad. Por otro lado, el autor explica, que, las películas nos antepone una manera de sentir, actuar, pensar y por lo tanto nos es sencillo legitimar dichas conductas y así inducir las a nuestra vida cotidiana.

Por parte del antropólogo Ralph Linton (1945), explica que los seres humanos mantenemos una conducta de acuerdo con nuestras necesidades. Esto es un planteamiento que quisiera resaltar, principalmente por que la conducta humana es muy variada, puede por lo tanto verse alterada y modificada de acuerdo con diferentes circunstancias. Los seres humanos, no mantenemos un comportamiento lineal, ya que lo atendemos de acuerdo con nuestras necesidades ya sean fisiológicas o psíquicas, lo cual, resulta bastante lógico si hacemos un breve repaso de nuestra conducta y recordamos, por ejemplo, ¿por qué aprendemos un nuevo idioma? ¿por qué debemos tener un empleo? ¿por qué contraemos matrimonio? Al

final, todo surge por necesidades, que, en su mayoría, pero menos evidentes, son las psíquicas

Una vez dicho lo anterior, quisiera retomar algunos puntos elementales para el desarrollo de ideas que se estarán tratando durante este proyecto. Inicialmente me agradaría enfocarme en las razones por las que el tema puede ser muy interesante para algunos lectores. El cine principalmente es un transmisor de diferentes ideas, acciones, emociones, costumbres, cultura, entre otros. Para ello, considero que Weber (1944) aporta una importante teoría a través de sus tipos ideales de acción social, entre las cuales voy a destacar el tipo ideal de acuerdo con emociones y el tipo ideal de acuerdo con intereses. Aunque esto no exime la importancia del tipo ideal de acuerdo con valores y tradiciones. Esto es relevante para entender el rumbo de esta investigación, pues podremos darnos cuenta de que la conducta humana nace de una necesidad y estas necesidades surgen por acciones que adoptamos de forma individual de acuerdo con nuestros intereses, valores, emociones y tradiciones.

Las películas, series, cine son básicamente una fuente de entretenimiento de manera universal. Sin embargo, también aportare citas sobre algunos estudios que explican cómo es que el entretenimiento a través de películas es explotado por personas de cierto estatus económico, ciertas edades, y determinado género. Esto por su parte es importante, debido a que el cine representa una inversión de tiempo y medios y sin darnos cuenta, o más de la mitad de nuestros pasatiempos.

Constantemente podemos encontrar algo de inspiración en películas y series. No necesariamente podemos decir que como niños nos intentamos parecer al personaje, o imitamos las palabras y moda que vemos y escuchamos. Puede parecer poco usual, pero las películas son un medio en el que personas de entornos distintos al nuestro, intentan compartir ideas, transmitir emociones y explicar eventos que anhelamos o experimentamos de nuestra realidad.

Las películas no son más que una producción cinematográfica que altera, cambia y compensa elementos de la realidad con la ficción. Con fuentes de mi propia investigación, puedo declarar que las películas son una representación exagerada de nuestra realidad, pero también nos muestran elementos que explican alternamente fenómenos que como dije antes, anhelamos o ignoramos sobre las particularidades de nuestro entorno.

El ser humano, nunca ha sido más inteligente ni capaz, que hoy que ha encontrado la forma de estimular su imaginación expandir sus ideas. El cine, es una muestra estructurada de nuestra percepción, pero debemos tener claro, que nos muestran no solo una, si no distintas perspectivas y estas pueden ser consideradas por cada

persona de acuerdo con sus necesidades, sus intereses o las emociones que pueden causarle.

Max Weber (1944) resalta un importante elemento para el entendimiento de la sociedad, que son sus tipos ideales de acciones sociales. Por lo tanto, ¿Qué de diferente podría existir entre las acciones de la sociedad que vemos todos los días, a la sociedad que vemos a través de una pantalla? Podríamos decir que son bastantes, ya que una película sabemos que no es real y nuestro entorno lo presenciamos en todo momento, pero ya hemos también sido presentes de como determinados grupos de personas asocian su forma de vestir, frases, palabras, entre otros elementos a películas o series. También puede suceder que a través de un contenido cinematográfico idealicemos las acciones de las demás personas y asumamos roles o comportamientos ajenos a nuestra propia conducta.

Las películas que consumimos pueden simbolizar una parte agradable de nuestro entorno. El cual, solemos asociar con entretenimiento y diversión, es decir, lo involucramos con nuestros momentos más libres y amenos.

Esto podría o no, ser beneficio, sin embargo, si hay algo de lo que debemos estar seguros es que el cine interpreta una realidad, pero ¿qué realidad? podría ser nuestra o la de alguien más. Esto es un misterio incluso para la filosofía.

No podríamos decir que las película y series nos son indiferentes, podemos decir que ambas son un reflejo de una idea, imaginación y ficción, el problema está en saber hacer una distinción objetiva. Por lo anterior el problema de investigación que planteo es:

- ¿Se puede establecer una relación entre la conducta representada en las producciones cinematográficas y la conducta en la vida real de sujetos como trabajadoras sexuales, gerentes de una empresa de servicios y un individuo con antecedentes delictivos en edades de 25 a 35 años en CDMX 2024?

Y las preguntas de investigación que lo acompañan, son las siguientes:

- ¿Qué impacto genera en la vida personal de los sujetos de investigación, la conducta que observan en películas y/o series?
- ¿Las producciones cinematográficas (películas y series) influyen en la percepción de las acciones sociales de nuestro entorno en la vida cotidiana?
- ¿A qué grado las producciones cinematográficas pueden inducir un sentido de ficción y altera la manera en que percibimos nuestro entorno real?

Para dar respuesta a las preguntas anteriores, se ha construido el siguiente objetivo general:

- Conocer si el contenido cinematográfico influye en la conducta y acciones de: gerente y director de una empresa de servicios, profesionistas con carrera universitaria concluida, así como en trabajadoras sexuales e individuo con antecedentes delictivos.

Así como los siguientes objetivos específicos:

- Describir la adjudicación de conductas en su ámbito laboral, personal, familiar y afectivo, a partir del contenido que visualizan en películas y/o series. por parte de algunos sujetos -gerente y director de una empresa de servicios, profesionistas con carrera universitaria concluida, así como en trabajadoras sexuales e individuo con antecedentes delictivos.
- Contrastar cualitativamente la conducta que se manifiesta en películas y series y la conducta con la conducta que los sujetos de investigación llevan cabo en su realidad.
- Describir el impacto de las películas y/o series en nuestra conducta dentro de nuestra vida personal, profesional y laboral.
- Explorar la perspectiva de los sujetos de investigación sobre como la ficción de una película y/o serie, puede impulsar nuestra perspectiva de la realidad.

A su vez, se propone la siguiente hipótesis de trabajo:

El cine, es un instrumento de entretenimiento al cual yo le adjudico diferentes funciones. Una de ellas, por supuesto es el entretenimiento, pero a través de este entretenimiento también busca proponer de forma muy indirecta pero manipuladora una conducta a la sociedad. Es decir, las películas y series, emanan una idea a través de figuras agradables y simpáticas y reflejan conductas que se busca que el espectador refleje a su vez en su vida personal. Agentes como: individuos con antecedentes de delincuencia, mujeres que monetizan sus facultades sexuales y profesionistas que se encuentran en posiciones administrativas en empresas de servicios. Desde mi lógica, son sujetos que han experimentado una cercanía con películas y series (contemporáneas o de cine clásico), y decidieron transmitir la “ficción” de una película a su conducta

Recordemos que el cine es un medio de comunicación funcional y un medio de expresión tradicional. Sin embargo ¿En qué grado el cine puede inspirar nuestra forma de ver y vivir el mundo? y sobre todo ¿Qué tan benéfico o maligno puede ser? Estas son preguntas que solo podremos responder si tenemos la certeza de que el cine es un instructor moldeador o modificador de la conducta humana.

La conducta humana, de acuerdo con Linton, R (1945), se refiere a el comportamiento inducido a través de las necesidades. Explica que estas pueden ser psíquicas y fisiológicas. Esto es un elemento importante, principalmente porque lo que quiero conocer es la posibilidad de que una persona permita que las películas y/o series inspiren su conducta. En otras palabras, podemos decir que las necesidades conducen un comportamiento y entonces ¿el cine establece necesidades en una persona?

Por otro lado, quiero resaltar que las películas y series son un indicador sobre inversiones de tiempo muy prolongadas, principalmente a través de plataformas de streaming que se han popularizado en uso y representan un gasto constante. De acuerdo con un estudio realizado por el Instituto Federal de Telecomunicaciones (2022), Netflix es la plataforma con mayor número de suscriptores en México, y es regular que se asocien a plataformas privadas por la atracción y curiosidad del contenido. Podemos deducir de esto, que las personas que consumen películas lo hacen a través de plataformas de streaming, y es más sencillo argumentar el grado de delimitación.

Las películas, son consideradas un medio de comunicación, y, por lo tanto, simbolizan para la sociedad una transmisión de mensajes, ideas y contextos. Cuando hablamos de los primeros años de vida de una persona (de 0 – 14 años), hablamos de una etapa en la que el ser humano conoce y se adapta a su entorno natural, lo que Piaget (2000) define como *Proceso Cognitivo* (p. 34), por lo que desde la perspectiva sociológica sería muy aventurado definir la relación del contenido de películas con la conducta de la persona, si se estudiara una edad más temprana.

El verdadero interés que acompaña mi investigación es que, en las producciones cinematográficas, el productor intenta transmitir mensajes respecto a la cultura de la sociedad en su auténtica realidad. Para esto, podemos definir el análisis del productor David Puttman (1985), en el cual describe que el cine es una representación dramática de la sociedad, sin embargo, representa un instructivo sobre la ética humana. (p. 56)

Por otro lado, quisiera resaltar la importancia de conocer el desenlace de esta investigación, y es que, si el ser humano en realidad deposita su fe en el contenido de una película, perdemos autenticidad y de inmediato nos convertimos en marionetas. Intentar delimitar de que acción a otra el ser humano puede ser manipulado por imágenes, video y sonido, es como buscar un grano de sal en arena. Sin embargo, podemos darnos una idea y tal vez no caminaríamos bajo un faro con los ojos vendados.

Es importante aclarar que no trato de enaltecer el poder de una película, pero si considero que si es un contenido al que cada vez es más sencillo tengamos acceso y al que invertimos tanto de nuestros días, de alguna manera nuestra percepción se sensibiliza. Y esta sensibilidad podría hacernos perder legitimidad de razonamiento o hacer un sutil cambio en nuestra forma de reaccionar, ser, pensar y observar.

Durante mis años de estudio en la universidad, comprendí a la sociedad como un patrón y un conjunto de seres que actúan en masas y se rigen bajo intereses estatales. Esta vez quisiera ver más allá del individuo que actúa con rígida voluntad y se esclaviza del capitalismo y la cultura. Creo que a todos los sociólogos nos conmoviera ver más allá de la naturaleza que se nos explica en libros, artículos, citas de otros sociólogos, o escuelas. Mi intención es crear una perspectiva alterna sobre como el ser humano puede ser no solo parte de una sociedad, también anhela, idealiza y actúa conforme a lo que espera del mundo.

1. METODOLOGIA

El proyecto fue desarrollado utilizando como apoyo la metodología de Hernández Sampieri (1965), en su libro: *Metodología de la investigación* (5ta edición). Se desarrolló desde una perspectiva cualitativa, que, de acuerdo con el autor:

“Lo que se busca en un estudio cualitativo es obtener datos (que se convertirán en información) de personas, seres vivos, comunidades, contextos o situaciones en profundidad; en las propias “formas de expresión” de cada uno de ellos”. Por otro lado, explica que este tipo de estudios resulta bastante rentable para “entender los motivos subyacentes, los significados y las razones internas del comportamiento humano” (pp. 408 - 409)

Se utilizaron entrevistas semi estructuradas para recolección de datos. En las que Sampieri, R. (2010) explica que durante las preguntas el entrevistador puede “ahondar” (p. 424) en las respuestas, con la finalidad de detallar y profundizar en las respuestas.

El esquema del cuestionario se estructuró con diez preguntas iniciales, a las que se les agregaron demás complementos para desarrollar una entrevista más completa. (véase anexo no. 1)

Los sujetos de estudio se establecieron con un determinado perfil. **(LOS NOMBRES SE ESTABLECEN DE MANERA ANONIMA)**

- Edades: 25-35 años.
- 1 director en empresa de telemarketing (TKM).
- 1 gerente en empresa de telemarketing (TKM).
- 7 personas con una carrera universitaria concluida, (5 mujeres y 2 hombres) que se clasifican en: una licenciada en enfermería, dos licenciados en psicología (hombre y mujer), una alumna egresada de la carrera de sociología de la UAM Xochimilco, dos licenciados en administración de empresas y una egresada en administración de UAM Xochimilco.
- Una mujer, dedicada al trabajo sexual.
- Un hombre con antecedentes delictivos.

Las preguntas fueron realizadas de forma abierta y en ambientes agradables (bancas al aire libre, escritorio y en privado) para la persona entrevistada, todas fueron de forma individual, se explicó que era únicamente con fines académicos y no solicite permiso para revelar nombre y edad, por lo que se quedan anónimas. Se solicitó aprobación del entrevistado/a para tomar notas y en algunos casos grabar entrevista (**véase Anexo No. 2**)

2. HISTORIA DEL ARTE

De acuerdo con la investigación de **Beatriz Morales Romo** en su estudio “*El cine como medio de comunicación social.*” Nos explica que el cine, así como otros medios de comunicación, construyen un campo de constantes formaciones de estereotipos. Es decir, explica que el cine es otra fuente de transmisión en el que la sociedad puede advertir una idea de su realidad, sin embargo, solo promueve paradigmas. Propone que la propagación de los estereotipos son una atadura peligrosa, pues nos condena a repetir y transmitir una idea de tal modo que no podemos removerla. Y eso, lo explica como parte de un efecto secundario del consumo del cine, así como otros medios de comunicación masivo.

Tabla 2. El cine como evasión de la realidad

			Nunca	Algunas veces	Muchas veces	Siempre	Total
S E X O	H	Valor absoluto	1	14	28	7	50
		%	2,0%	28,0%	56,0%	14,0%	100,0%
	M	Valor absoluto	5	81	88	23	197
		%	2,5%	41,1%	44,7%	11,7%	100,0%
Total		Valor absoluto	6	95	116	30	247
		%	2,4%	38,5%	47,0%	12,1%	100,0%

Fuente: elaboración propia.

Tomado de: El cine como medio de comunicación social, por Beatriz Morales Romo, 2017, *El cine como evasión de la realidad*. https://gredos.usal.es/bitstream/handle/10366/142574/El_cine_como_medio_de_comunicacion_social.pdf;jsessionid=7F36A6399AC4C37DF72AEC6639B21A1A?sequence=1

En la **Tabla 2.** *El cine como evasión de la realidad*, la autora formulo la pregunta de ¿si consideraban que el cine reflejaba una distorsión de la realidad? Los resultados reflejaron como podemos visualizar, que las mujeres son más vulnerables a asumir que el cine es una representación realista. En este punto, podemos añadir que se omitió un acercamiento al tipo de contenido que la población estudiada consume, esto debido a que hay una importante distintiva entre una película hecha a base de documentales, a una película donde solo se muestran escenas de ficción, por ejemplo.

En el desglose de los resultados de a investigación, la autora explica que el cine si es un factor influyente para el desarrollo de la comunicación. Adicional, explica que el cine, principalmente para hombres, es considerado una representación en la que se evade la realidad (véase en **Tabla 2**). Opinión que no es mayoritariamente compartida por mujeres.

La autora refleja un importante interés sobre lo que vemos de las relaciones de pareja en películas. Esto principalmente porque de acuerdo con sus resultados, las personas tienden a generar ideas y así mismo puede esto ser perjudicial para la manera en la que buscamos relacionarnos, principalmente en vínculos sentimentales.

Por otro lado, también se plantea la pregunta sobre como el cine puede manipular nuestras percepciones y los resultados fueron los siguientes:

Tabla 5. El cine como manipulador de percepciones

			Nunca	Algunas veces	Muchas veces	Siempre	Total
S E	H	Valor absoluto	1	18	28	3	50
		%	2,0%	36,0%	56,0%	6,0%	100,0%
X O	M	Valor absoluto	12	95	81	9	197
		%	6,1%	48,2%	41,1%	4,6%	100,0%
Total		Valor absoluto	13	113	109	12	247
		%	5,3%	45,7%	44,1%	4,9%	100,0%

Fuente: elaboración propia.

Tomado de: El cine como medio de comunicación social, por Beatriz Morales Romo, 2017, *El cine como manipulador de percepciones*. https://gedos.usal.es/bitstream/handle/10366/142574/El_cine_como_medio_de_comunicacion_socia.pdf;jsessionid=7F36A6399AC4C37DF72AEC6639B21A1A?sequence=1

Como última parte de este artículo que considero puede aportar al desarrollo de esta investigación, me gustaría agregar una cita de Romo, Beatriz (2017):

“La casi totalidad de la muestra, excepto un sujeto, mantiene que el cine es un instrumento divulgador de valores que influye en la educación y socialización de niños/as y jóvenes. El análisis cualitativo concluye que la capacidad de influencia del cine no solo afecta a niños y jóvenes, sino a la sociedad en general” (p. 37)

Por parte de la autora: **Lucila Hinojosa Córdova (2016)**, en su investigación documental: *Cine, memoria y ciudad: el estudio de los públicos de cine en las Ciencias Sociales* nos aporta a síntesis de algunos estudios que explican como el cine opero como factor relevante para el movimiento de la ciudad. Así mismo, Lucila comparte la idea de que el cine es un medio de comunicación social y que reflejaba las adversidades, fenómenos e inquietudes de la sociedad desde inicios del siglo XX. (p. 493)

La autora del artículo nos revela que hay un estudio llamado *Estudios de la Fundación Payne: los efectos de las películas en los niños*; realizado por Lowery y de Fleur. En el cual, explican el fenómeno del impacto del cine como parte de un efecto psicológico; entre las cuales se destacan el “efecto pesadilla”, el cual, se genera con la finalidad de provocar emociones espontáneas para el espectador. También se estudió la relación del cine con la comunicación.

Por otro lado, Katz y Lazarsfeld, aportan estudios bastante interesantes sobre el público consumidor. En sus resultados indican que es más determinante las relaciones interpersonales del espectador, que su estatus económico. Lo cual, en otras palabras, quiere decir que el alcance monetario no tiene relación aparente con la selección o preferencia de películas, mientras que las relaciones interpersonales que mantenga el individuo si puede jugar un papel importante al momento elegir el contenido.

Al cine se le atribuye un importante énfasis sobre el flujo e intercambio cultural de la sociedad. Y esto es algo que se ha dictaminado por distintas ciencias sociales, tales como; antropología, sociología, psicología. Lo que legitima la globalización del cine es la adaptación que este ha logrado inducir en la cultura, el trabajo y la perspectiva de la sociedad.

Es importante destacar que, hasta este punto, ambos artículos mantienen la propuesta de que el cine es un elemento crucial para conocer y analizar diferentes enfoques de la cultura y los patrones en la sociedad.

Ahora bien, por parte de Andrew Tudor (1974), en el análisis documental de Lucila, se especifica que el cine convierte al espectador en un observador participante. Esto, debido a que lo transmitido en una película nos vuelve los principales críticos y receptores del lenguaje y emociones. Así es como Tudor, enfatiza que el cine transcurre como un factor influyente de las relaciones sociales. (p. 500)

Como parte del análisis que nos comparte la autora, podemos descifrar que los autores mencionados hacen alusión a que el cine unifica las relaciones, conversaciones y vínculos interpersonales. A su vez, también opera como una herramienta de venta y flujo comercial.

Este artículo fue obtenido de: Hinojosa, Lucila. (31 octubre 2016). *Cine, memoria y ciudad: el estudio de los públicos de cine en las Ciencias Sociales*. <https://www.redalyc.org/pdf/310/31048483025.pdf>

La autora hace un análisis documental tomando la teoría de diferentes autores, en los que resalta (Lowery y De Fleur, 1983) y (Katz y Lazarsfeld 1955)

2.1. Filosofía del cine

Rafael Monterde Ferrando

En la reseña publicada por el filósofo **Rafael Monterde Ferrando**; *Filosofía del cine*, donde cita a Jarvie (2011), el profesor explica que el cine es una alternativa que el ser humano encontró para expresar sus descubrimientos. Así mismo, nos explica que el ser humano intenta siempre explicar aquello de lo que tiene poca información y explicaciones, a través de la filosofía.

Por otro lado, debemos explicar que en el texto se habla de cómo el cine es un reflejo de la filosofía y a su vez se pueden desarrollar conclusiones del cine. Lo cual, puede ser un evento muy abstracto si nos enfocamos en una traducción de fenómenos que solo pude explicar la filosofía y que esto se traduzca en películas. Por lo tanto, Monterde Ferrando (2017) resalta que es muy importante enfocarnos en que aun que



lo que vemos en la pantalla es únicamente ficción, el espectador o espectadores transforman la ficción en emociones y pensamientos reales. p. 282

La reseña generada por Ferrando, explica en su última parte de análisis como es que Jarvie, encontró el argumento ideal sobre como el cine es filosofía. Y su fundamento se basa en explicar que en las películas podemos categorizar los fenómenos más intensos de la vida cotidiana

Por parte del autor **Alejandro Pardo**, en la revista *Comunicación y sociedad*, cita a David Puttman (1941), reconocido productor Ingles. Donde explica como el cine puede tratarse de un conjunto de acciones y comportamientos colectivos, que son emitidos por todo el equipo de producción y estos a su vez impactan en el comportamiento del espectador.

Por su parte también añade la explicación que tiene Puttman, D. (1998) sobre el cine, en el cual explica que es una representación dramática de la sociedad, y a su vez también es un factor interesantemente influyente para explicar el comportamiento de la sociedad. (p. 53). Por ello Puttman, adjudica una nivelación importante entre la sociedad y las producciones cinematográficas.

En el artículo de Pardo, se menciona que hay diferentes autores, tales como: Ian Jarvie (1970), Andrew Tudor (1974), Garth Jowett y James M. Linton (1980), que describen al cine como parte de un proceso de comunicación. Jarvie (1975), por ejemplo, indica que el cine fue de los primeros “*fenómenos sociales*” en convertirse en un medio de comunicación y es tan caracterizado debido a su influencia. (p. 59)

Jowett y Linton (1980), explican que es muy complejo explicar la relación entre cine y la sociedad, pero si existe una lógica vinculación entre ambos.

“La institución social de ir al cine se encuentra firmemente asentada en nuestra sociedad. El cine ha jugado un importante papel en la serie de cambios espectaculares que han tenido lugar en los últimos 80 años, en el modo en que vivimos y en el modo en que percibimos el mundo que nos rodea. Las películas han proporcionado no solo entretenimiento, si no también ideas; y sería difícil concebir nuestra sociedad sin cine” (p. 62)

2.2 BREVE HISTORIA DE COMO EL CINE LLEGO A LA TELEVISION

El cine comienza a ser un término popular a partir de 1895, cuando los hermanos August y Louis Lumiere, amantes del desarrollo tecnológico, desarrollaron su cinematógrafo. Este equipo lo que hacía era una proyección de imágenes en movimiento.

Los hermanos decidieron presentar su invento en el salón Boulevard des Capucines en Paris. La película fue una serie de imágenes en movimiento sobre la salida de la fábrica Lumiere.

Por otro lado, Georges Melies, fue el creador protagonista de los efectos especiales. Logro dichos efectos debido a la manera en que Melies logro vincular las luces, el maquillaje, incluso las fallas con el cinematógrafo y lo convirtió en efectos. Siendo sus obras *Viaje a la luna* (1902) y *Viaje imposible* (1904) de sus obras más relevantes.

No fue hasta 1902 que Edison se próximo a poder escuchar y ver un contenido cinematográfico, pero con calidad poco prometedora. Esto no habría sido posible de no ser por Leon Gaumont son su invento del cromóforo.

El cine era “mudo” hasta 1927, cuando simultáneamente se produjeron *El cantor de Jazz* de la *Warner Bros pictures Inc*, durante el rodaje de una película.

La televisión es inventada en 1950, lo cual facilitó la expansión de películas y series.

Mund, H. (diciembre 2015). Hace 120 años nació el cine en París. <https://www.dw.com/es/el-cine-naci%C3%B3-hace-120-a%C3%B1os-en-par%C3%ADs/a-18945529> ; Equipo editorial, Etecé. (mayo 2019). Historia del cine. <https://humanidades.com/historia-del-cine/#ixzz8bUTEWHFp>

2.3 Internet y televisión: la guerra de las pantallas

Emma Tubella, Carlos Tabernero y Vicent Dwyer. (2008)

Es también importante resaltar que, el cine es una fuente de entretenimiento, pero ¿hasta qué grado? El consumo de la TV, en su libro *“Internet y televisión: la guerra de las pantallas”* los autores Emma Tubella, Carlos Tabernero y Vicent Dwyer. (2008). Explican que la TV, es un medio de entretenimiento que se encuentra ligado de forma directa con la densidad poblacional o incluso el estatus económico.

El estudio realizado por el Institut d’Estadística de Catalunya (2008), determina que, al menos en su población, las personas tienen dos ocupaciones principales, que son su cuidado personal y los medios de comunicación –“La población Cataluña ocupa el 86% de su tiempo al consumo de servicios de TV”- (p. 80). Por supuesto el nivel de consumo se eleva con el lanzamiento de las plataformas y canales privados en el 2003.

Tubella, E. Tabernero, C. y Dwyer, V (2008):

“Según la Fundación Telefónica, las condiciones demográficas intervienen en los resultados de la población que más consume servicio de televisión. Por ejemplo, señalan que las mujeres, personas con nivel socioeconómico bajo y las personas mayores de 44 años son las que en general dedican más tiempo a la TV”. (p. 84)

Para las familias, tener hijos puede ser sinónimo de utilizar con mayor frecuencia dispositivos como TV, DVD, así como contar con diferentes servicios privados de entretenimiento. En el estudio desarrollado por Tubella, E. Tabernero, C. y Dwyer, V (2008), explican que las parejas que aún no conciben y que tienen entre 26 a 35 años, tienden a no otorgarle la relevancia a contar con equipamientos o plataformas, por lo que podemos decir que el tener hijos o no es una determinante en el uso de la tecnología. (p. 85)

Tubella, E. Tabernero, C. y Dwyer, V (2008)

“Para los más mayores, la televisión es un medio con el que crecieron y son ellos mismos los que la adoptaron como una práctica comunicativa, preponderante en la vida doméstica cotidiana.

Para los más jóvenes, la televisión es tan solo uno más de los medios a su alcance (junto con otros medios de tecnología como internet)” (p. 101)

Hasta este punto, quisiera aclarar que no trato de enfocarme en la transición de medios de comunicación o como es que la TV es más consumida que otros aparatos de tecnología. Lo que trato de resaltar es que la TV es un elemento primordial que constituye una gran parte del tiempo en una población. Adicional, cabe aclarar que el consumo de películas se lleva a cabo no solo en la TV si no a través del internet, y en este libro se nos ha explicado cómo es que estos medios particularmente son un estándar indispensable en las familias, adicional, como estos las adoptan como parte de su vida cotidiana de una forma muy natural.

3. MARCO TEORICO

Linton, R. (1945), explica que una sociedad es un conjunto de individuos. A su vez, estos individuos conforman la estructura de una **cultura**, y la cultura, no es mas que “*las repetidas reacciones organizadas de los miembros de la sociedad*” (p. 21). Bajo dicha lógica, Linton concluye en que el individuo debe ser el elemento estrella para poder desarrollar teorías a nivel macrosocial.

Linton, R. (1945), nos explica cómo es que hay una correlación entre las necesidades y la **conducta humana** – “*Puede suponerse que las necesidades del individuo son las que proporcionan los estímulos que regulan su conducta y así son el principal elemento para el funcionamiento de una sociedad y su cultura*”- (p. 21)

Weber, M. (1944) también tiene su propia definición de conducta activa, en la que explica “*está, de igual modo, no sólo en la frontera, sino más allá muchas veces de lo que es la acción consciente con sentido; puede ser una reacción sin trabas a un estímulo extraordinario, fuera de lo cotidiano.*” p. 20

Linton (1945), explica de manera muy lógica, que el ser humano, predice su conducta de acuerdo con sus necesidades. Las necesidades, pueden ser *fisiológicas* o *psíquicas*, de las que por supuesto, son más evidentes las necesidades fisiológicas. Para ello, debemos entender que Linton, especifica que un individuo conduce sus acciones por las necesidades, y simultáneamente estas necesidades, principalmente las psíquicas, son inducidas por la cultura del individuo. No podríamos decir que tenemos conocimiento amplio sobre las necesidades psíquicas del ser humano, debido a que esto está relacionado principalmente con emociones, sentimientos, ideas, entre otros aspectos. (p. 22)

En tal sentido, es prudente encaminar el fundamento teórico al concepto que le da Max Weber (1944) al termino de accion y accion social. Por su parte, Weber, M, explica que la **accion**, es una “*conducta humana... siempre que el sujeto o sujetos de la accion, enlacen a ella un sentido subjetivo*”. Mientras tanto, la **accion social**: “*es una acción en donde el sentido mentado por su sujeto o sujetos está referido a la conducta de otros, orientándose por ésta en su desarrollo*” (p. 5)

Max Weber (1944), legitima los términos sociológicos para el proceso en el cual el individuo percibe y comprende los fenómenos sociales de su alrededor y esto lo transmite a través de sus acciones y conducta. Weber explica que comprendemos a través de las “evidencias” y estas evidencias pueden ser racionales o endopáticas. Por un lado, las racionales, son aquellas que “*se comprende intelectualmente de un modo diáfano y exhaustivo*”, mientras que las endopáticas, comprenden “*la acción cuando se revive plenamente la -conexión de sentimientos- que se vivió en ella*” (p. 6). Lo anterior, juega un papel importante para comprender el flujo de como una percepción o evidencia de esta, puede alterar nuestras acciones.

Por otro lado, Weber, M. (1944), explica que no todas nuestras acciones son sociales, ya que hay conductas íntimas que podemos llevar a cabo, Weber lo ejemplifica con “*la conducta religiosa cuando no es más que contemplación, oración solitaria*”. También es importante entender que el individuo puede llegar a actuar independiente de las acciones de otros, si no bajo sus propias necesidades, pero que, a su vez, puede ser producto de la conducta de otras personas. (p. 18)

Me interesa mucho explicar la manera en que la teoría de Ralph Linton y Max Weber, son relativamente homogéneas. Linton explica que la conducta está ligada a las necesidades fisiológicas y psíquicas del individuo. Mientras que Weber, explica que las acciones están referidas a la conducta de otros.

Weber, M. (1944), argumenta que algunas emociones pueden *facilitarse o complicarse*, cuando el individuo tiene ese sentido de pertenencia. Ya que las emociones podrían intensificarse si el individuo se siente parte de algo. (p.19)

Weber, M. (1944), nos explica que el hecho de que el individuo imite una acción de otro, no puede denominarse acción social. Solo es una acción que optó por adoptar de alguien más y que la involucro a su conducta:

“El simple hecho, sin embargo, de que alguien acepte para sí una actitud determinada, aprendida en otros y que parece conveniente para sus fines, no es una acción social en nuestro sentido. Pues en este caso no orientó su acción por la acción de otros, sino que por la observación se dio cuenta de ciertas probabilidades objetivas, dirigiendo por ellas su conducta” (p. 19)

Aun que cabe aclarar, que cuando la imitación es por ejemplo por moda o tradición, si podemos decir que se trata de una acción social.

La acción social de acuerdo con Weber, M. (1944) se clasifica de la siguiente manera:

- Racional con arreglo a fines, las cuales son llevadas a cabo por expectativas de otras acciones. *“utilizando esas expectativas como “condiciones” o “medios” para el logro de fines propios”* (p. 20)
- Racional con arreglo a valores, el cual hace alusión a aquellas acciones que realizamos dando prioridad a valores éticos *“- propio y absoluto de determinada conducta, sin relación alguna con el resultado, o sea puramente en méritos de ese valor”* (p. 20)
- Afectiva, *“especialmente emotiva, determinada por afectos y estados sentimentales actuales”* (p. 20)
- Tradicional, *“determinada por una costumbre arraigada”*. (p.20)

Por parte de la psicóloga Maria Cristina Romero (1980), en su artículo *Psicología social, comunicación, ideología*, explica que la conducta nace en cuanto a relaciones e interacción es que el individuo desarrolla en determinadas situaciones. Una “situación” la psicóloga la define como *“aquella parte del ambiente que rodea al individuo se convierte en situación en la medida en que aquel entra en relación con los objetos, hechos, personas, etc. Que integran su campo perceptivo”*. (p. 1)

Durante el desarrollo de este proyecto hemos mencionado en diferentes ocasiones el término de *comunicación*, cuando lo enfocamos en el contexto de que el cine es un medio de comunicación social. Sin embargo, aunque sabemos de manera muy general que la comunicación implica tener un emisor, canal, contexto y receptor, me parece apropiado que sepamos el concepto, esta vez desde la perspectiva de la psicología. La psicóloga Romero, M. (1980) explica que la comunicación es la relación que existe entre los individuos donde la intención es la transmisión de un mensaje. Para ello, debemos comprender que deben existir tres elementos principales: los individuos, contenido del mensaje y contexto. Decimos que se trata de una comunicación, cuando la idea del mensaje es comprendida de la misma manera por el emisor y receptor. (pp. 2-3)

Ahora bien, podemos entender los *medios de comunicación* como aquellas herramientas utilizadas para transmitir mensajes a un receptor (publico), con la intención de que este comprenda una determinada idea.

Aun que dentro de mis objetivos no especifico algo referente a la identidad, es importante tener presente el concepto, Castells, M. (1998) describe la identidad como algo que construimos a través de nuestra cultura:

“Por identidad, en lo referente a los actores sociales, entiendo el proceso de construcción del sentido atendiendo a un atributo cultural, o un conjunto relacionado de atributos culturales, al que se da prioridad sobre el resto de las fuentes de sentido...No obstante, tal pluralidad es una fuente de tensión y contradicción tanto en la representación de uno mismo como en la acción social” (p. 29)

Por otro lado, Castells, M. (1998) describe el término sentido como *“la identificación simbólica que realiza un actor social del objetivo de su acción” (p. 29)*

RESULTADOS

Recordemos que la conducta humana de acuerdo con Ralph Linton (1945), son acciones que se derivan de las necesidades de una persona, de las cuales, quisiera enfocarme en las psíquicas. Mientras que Weber (1944), nos hace reflexionar sobre como las acciones pueden ser inducidas por la conducta de alguien más. Lo cual nos puede dar a entender que las personas podemos tener la tendencia a compartir las mismas necesidades, aunque no es siempre. Ya que hay acciones sociales que son consideradas íntimas y es ahí cuando podríamos mencionar las acciones con fines afectivos, nuestra religión, nuestro contacto con personas en una relación sentimental, entre otros factores.

Durante la entrevista trate de enfocarme mucho en tratar de priorizar los sentimientos y emociones. Las personas que me ayudaron con el cuestionario mostraron un común agrado sobre las películas, a excepción del individuo con antecedentes de delincuencia.

Todos los elementos de investigación tienen acceso a al menos dos medios para poder ver contenido de películas o series, estos comúnmente son celular y TV. En palabras de la mayoría de entrevistados, los medios más cómodos y que pueden ser utilizados simultáneamente a otras actividades, es el celular y la TV. Ya que siete de las diez personas que respondieron el cuestionario, plantearon poder ver series o películas mediante las aplicaciones de su teléfono, o mientras hacen labores domésticas pueden encender la televisión y disfrutar (poniendo poca atención) de una película. Sin embargo, me resulta bastante interesante, que al menos cuatro personas de las entrevistadas hacen referencia que las series o películas que ven, comúnmente son contenido que ya han visto antes, pero que disfrutan ver y/o escuchar más de una vez. Aunque, extrañamente no son de sus filmes favoritos, cabe aclarar que, de los entrevistados, nadie está ocupando DVD o Blue Ray.

También se les pregunto a los entrevistados, particularmente a los dos psicólogos, ¿Cuál era su opinión respecto a que las películas y series pueden inspirar una conducta humana? Obtuve estas respuestas, la primera, es por parte de un egresado de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM).

1. *“En primer lugar, es importante destacar que la narrativa cinematográfica tiene el poder de evocar emociones intensas en los espectadores. Cuando nos sumergimos en una historia podemos experimentar empatía hacia los personajes y sentirnos identificados con sus luchas y triunfos. Esta conexión emocional puede influir en nuestras propias emociones y comportamientos, ya que tendemos a imitar o modelar el comportamiento de aquellos con*

quienes nos identificamos o a quienes admiramos. Por ejemplo, si vemos a un personaje resolver conflictos de manera violenta, es posible que esto normalice la agresión en nuestra mente y nos lleve a considerarla como una opción válida en situaciones similares...” (entrevistado 1)

La respuesta proporcionada, desde el sentido sociológico, puede ser traducido a las acciones que describe Weber, M. (1944), donde explica que el individuo puede accionar de acuerdo con las emociones que este logra sentir. También, se hace valido la teoría Weberiana de las acciones intimas, donde se explica que la persona puede recrear acciones no necesariamente de forma evidente.

Por otro lado, Castells, M. (1998), explica que, al darle sentido a una accion, le estamos dando una simbolización. Que, en otras palabras, cuando una persona le proporciona un sentido a sus acciones y las justifica dándole una apropiación que caracteriza simbólicamente.

Ahora bien, me interesa mucho que ambos psicólogos ven con mucha frecuencia series y películas (al menos cuatro veces por semana) y en algunas ocasiones todos los días. Ambos psicólogos revelan verlo por pasatiempo con amigos y por entretenimiento personal (mientras consumen alimentos o quehaceres en casa).

Por otro lado, los dos psicólogos revelan que el ser humano si puede verse involucrado con la conducta de una película y/o serie. Sin embargo, por parte de la psicóloga Paola Soto (se utilizó un seudónimo y tampoco se revelará preparación académica). Explica que el cine puede ser un factor influyente en el comportamiento humano, sin embargo, es necesario ser objetivos, ya que puede resultar contraproducente.

2. *“Las películas o series actualmente están más aterrizadas a lo que pasa en el día a día, a diferencia de las películas de años atrás donde casi todo se disfrazaba o se censuraba. Ahora, es más probable que las películas o series puedan generar un impacto en la sociedad.*

Pueden ayudar a concientizar siempre y cuando se ocupe de manera asertiva la informacion y seamos objetivos en lo que puede ayudarnos o hacernos mejorar como personas. Es un medio interesante de poder generar un impacto en la sociedad y considero que puede ayudar a cambiar hábitos, malas conductas y actitudes.” (entrevistado 2)

En particular, ambos psicólogos mencionan que los personajes que mas le agradan de sus series o películas preferidas, no son un factor principal para su conducta. Sin embargo, se identifican con el rol que sus personajes desempeñan y se apropian únicamente de su forma de resolución de conflictos.

En cuanto a los demás elementos que apoyaron con la entrevista, no revelan una relaciona directa con la conducta de una película o serie a su conducta en su vida cotidiana. Sin embargo, todos los elementos describen las películas o series como una “fantasía” de nuestra realidad.

Algo que me resulta bastante simbólico en el contexto que describen de sus personajes, es que todos estos personajes tienen la particularidad de representar un anhelo de estos individuos. Es decir, sus personajes tienen conductas que resuelven situaciones, y conforman rasgos de una personalidad “modelo”, sin embargo, están conscientes de que el contenido presenta solo una ficción.

Es sorprendente como la perspectiva de los individuos puede ser diferente de acuerdo con sus dedicaciones. De igual manera, el tiempo que le es invertido a disfrutar del contenido de series o películas no resulta un factor relevante para el nivel de impacto que este tiene.

Sin duda alguna, podemos deducir que las películas no inducen una conducta, es decir, las películas no nos crean una necesidad que desarrolle posteriormente una accion. Incluso Weber, M. (1944) explica que imitar una accion no puede ser explicada como accion social. Sin embargo, una emoción y un común interés (por el que desarrollamos al ver la conducta de un personaje o el interés que compartimos con el mismo), si puede inspirar acciones sociales.

Por último, me gustaría resaltar algunos puntos de dos entrevistas que realice a un director de una empresa de telecomunicaciones y un gerente de la misma empresa de servicios. Ambos describen una particular indiferencia en cuanto a las emociones que transmiten en una película. Sin embargo, describen que una película o una serie si inspira la conducta de una persona, pero como mencionamos previamente, no hay un rasgo que indique que una película o serie influya directamente. Para ello, destaque algunos puntos captados durante la entrevista.

Ambos individuos describen que sus personajes favoritos simbolizan una conducta que ellos mismos han traído a su realidad. Hablando específicamente de acciones llevadas a cabo por fines e intereses. Quiere decir que dentro de lo que perciben de una película es la manera que tiene el personaje de involucrarse con sus intereses. Sobre todo, concuerdan con los valores del personaje. Sin embargo, dicho por sus

propias palabras, el personaje - *“se identifica conmigo, pero yo no con él”-*
(entrevistado 3)

CONCLUSIONES

El ser humano es muy fácil de ser manipulado, principalmente porque se enaltece en todo momento y se apropia de su entorno. Las películas no hacen más que mostrarnos esa exageración moderada de la realidad. La forma en la que incluso los pensamientos, el sentir y el actuar de un personaje lo asociamos con nuestras facultades es impresionante.

No me atrevo a decir que nuestra conducta está orientada por una película, pero una película si está estructurada de acuerdo con lo que los seres humanos tenemos fantasía de conocer y experimentar.

Me agrada la descripción que hace la filosofía sobre el cine, que considero es bastante lógico. La filosofía se destaca por intentar legitimar las incógnitas de la humanidad. El ser humano es un ser apasionado pero predecible con los años, tanto es así que prefiere explotar recursos y adaptarse a sus posibilidades. El cine es ese recurso que el ser humano utiliza como medio primordial de la divulgación.

Podría decir tranquilamente que nuestras conductas son muy auténticas, muy humanas y naturales. Las películas solo son una transición de una realidad transformada en hechos que pueden o no ser reales.

Bibliografías

Castells, M. (1998). La era de la información. 3era edición. Editorial: Alianza editorial, s.a.

Etecé. (mayo 2019). Historia del cine. <https://humanidades.com/historia-del-cine/#ixzz8bUTEWHFp>

Hinojosa, Lucila. (31 octubre 2016). Cine, memoria y ciudad: el estudio de los públicos de cine en las Ciencias Sociales. <https://www.redalyc.org/pdf/310/31048483025.pdf>

IJarvie2011FilosofiaDelCineMadridEdSintesis-8098237.pdf / Pardo Alejandro. (1998). Cine y Sociedad en David Puttman. <file:///C:/Users/jenni/Downloads/36411-Article%20Text-101664-1-10-20190325.pdf>

Instituto Federal de Telecomunicaciones. (noviembre 2022). INFORME DEMANDA DE CONTENIDOS AUDIOVISUALES EN PLATAFORMAS OTT EN MÉXICO 2022. https://somasaudiencias.ift.org.mx/archivos/DemndOTTNov_22_VF_06_21.pdf

Linton, R. (1945). Cultura y personalidad. 1era edición. Editorial: Fondo de cultura económica.

Monterde Ferrando Rafael. (noviembre 2017). Filosofía del cine. Madrid: Ed. Síntesis. <file:///C:/Users/jenni/Downloads/Dialnet->

Mund, H. (diciembre 2015). Hace 120 años nació el cine en París. <https://www.dw.com/es/el-cine-naci%C3%B3-hace-20-a%C3%B1os-en-par%C3%ADs/a-18945529>; Equipo editorial.

Pardo, A. (1998). Cine y sociedad en David Puttman. COMUNICACION Y SOCIEDAD, vol. XI (no.2), p 53-90.

Romero, María C. (1980). Psicología social, comunicación, ideología. <https://www.ts.ucr.ac.cr/binarios/docente/pd-000033.pdf>;

Tubella, E. Tabernero, C. y Dwyer, V (2008) Internet y televisión: la guerra de las pantallas (Barcelona) Editorial: Ariel S. A,

Vielma Vielma, Elma; Salas, María Luz. (junio 2000). APORTES DE LAS TEORÍAS DE VYGOTSKY, PIAGET, BANDURA Y BRUNER.
<https://www.redalyc.org/pdf/356/35630907.pdf>

Weber, M. (1944). Economía y sociedad. 1era edición (esp): Fondo de cultura.

ANEXOS

ANEXO 1.

En este primer anexo, se encuentra la estructura del guion de entrevista. El cual, cabe aclarar, fue un modelo para el desarrollo completo del dialogo con los entrevistados. Ya que, la entrevista fue de manera semi estructurada.

1. ¿Con que frecuencia ves series o películas en plataformas de streaming u otro medio?
2. ¿Qué te agradan más, películas o series?
3. ¿Qué medio ocupas para verlas? (Celular, laptop, tv, u otro)
4. ¿Sueles verlos por pasatiempo, actividades familiares, porque lo haces con amigos /as? ¿Cuál de estos es al que le das más prioridad?
5. ¿Cuál es la serie / película que más te agrada o que te haya dejado algún aprendizaje?
6. ¿Qué personaje de esa serie/película es quien te agrada más? (puedes mencionar más de uno) ¿Por qué?
7. ¿Existe alguna serie o película (sean o no de tus favoritas) que te haya ayudado, inspirado o hecho ver una perspectiva distinta a la usual en alguna situación de tu vida?
8. ¿Consideras que una película/ serie, puede involucrarse con la forma de comportarse de una persona?
9. ¿Las películas /series que ves, te han dado ideas sobre cómo debe ser tu entorno personal, en el trabajo o en tu vida cotidiana?
10. ¿Te agradaría que algún suceso que vemos en películas/series, pasara en la realidad?

Las preguntas fueron realizadas de forma abierta y en ambientes agradables (bancas al aire libre, escritorio y en privado) para amenizar el libertinaje de respuestas.

ANEXO 2. Primera entrevista: Psicólogo.

Para el anexo número dos, serán transcritas tres de las entrevistas que impulsaron el flujo de la hipótesis. Adicional, argumentos por parte de los entrevistados que considero pueden complementar la idea del cine como parte importante de la conducta humana.

Investigadora: Una vez comenzando esta grabación, quisiera agradecerte por tu tiempo, y te agradecería te sientas en toda libertad de las respuestas, yo espero que podamos hacerla lo mas amena posible. Ahora, podemos comenzar:

¿Con que frecuencia ves series o películas en plataformas de streaming u otro medio?

Entrevistado: *“A diario, por lo menos dos capítulos de una serie mientras me alimento”.*

Investigadora: Si, es agradable ya que nos ayuda a entretenernos, ¿te gusta ver series que ya has visto, mientras te alimentas? O ¿sueles ver cosas nuevas?

Entrevistado: *“Me gusta avanzar en mis series, y me gusta ver series que ya he visto”.*

Investigadora: Entiendo, ¿te gustan más las series o las películas?

Entrevistado: *“Series, definitivamente, me atrapan y no paro de verlas”.*

Investigadora: Claro, y creo que es la función principal de las series, no poder dejar de verlas. Y, ¿qué medio ocupas para verlas? ¿celular, laptop, tv...?

Entrevistado: *“La TV, por el tamaño y facilidad de uso”.*

Investigadora: ¿Sueles verlos por pasatiempo, actividades familiares, porque lo haces con amigos /as?

Entrevistado: *“Por pasatiempo, pues platico o juego si se trata de amigos. En general me gusta mucho ver con amigos o mi pareja alguna película o alguna serie, porque me ayuda a compartir diferentes opiniones”.*

Investigadora: ¿Crees que es la parte mas agradable de ver películas o series? ¿compartir o explorar puntos de vista?

Entrevistado: "mmm, posiblemente no es la parte mas agradable, pero si la mas jugosa, puedes conocer ¿de qué forma interpretan distintos escenarios tus amigos o el circulo de personas que sueles frecuentar?"

Investigadora: ¿Cuál es la serie / película que más te agrada o que te haya dejado algún aprendizaje?

Entrevistado: "Dr, House, inclusive compre los libros".

Investigadora: ¿Cual personaje de esa serie/película es quien te agrada más? Si gustas puedes mencionar mas de uno y pláticame ¿Por qué es quien mas te agrada?

Entrevistado: " Dr. House, el personaje central y Dr. James Watson, me agradan por su capacidad de razonamiento, su sinceridad y hasta el cinismo que tienen".

Investigadora: Entiendo, y esto ¿consideras que puede aportarte algo en tu vida personal, ya sea positivo o negativo?

Entrevistado: "Yo creo que sí y ahí dependerá de la manera en que las personas lo vean y por supuesto los valores y educación que tengamos".

Investigadora: Claro, entiendo, ¿Existe alguna serie o película que te haya inspirado o hecho ver una perspectiva distinta a la usual en alguna situación personal?

Entrevistado: "Si, aprender a escuchar y observar, es una cualidad que he aprendido de esa serie como pilar para socializar".

Investigadora: Desde tu perspectiva profesional, ¿Consideras que una película/ serie, puede involucrarse con la forma de comportarse de una persona?

Entrevistado: "Claro, de hecho, yo considero que las películas y las series son lo que nos hace desarrollar empatía hacia uno o varios grupos sociales".

Investigadora: ¿Dirías entonces que este tipo de contenido puede estar ligado a la forma en la que tratamos a las personas o la manera en que podemos solidarizar incluso con los demás?

Entrevistado: "Creo que más bien, son un ejemplo y dependiendo de nuestras ideas y valores sabremos abrazar y emplear esas acciones. Es como en la escuela, el maestro te dice como quisiera que saliera tu trabajo, pero al final, está consciente de que tu tarea no es una copia completa de su ejemplo, solo te dio la idea, pero tu creatividad y de acuerdo a lo que ya hayas aprendido antes, lo sabrás resolver".

Investigadora: Muy bien... ¿Tú crees que las películas /series que ves, te han dado ideas sobre cómo debe ser un entorno personal, en el trabajo o en tu vida cotidiana?

Entrevistado: *“Si, aun que evito dejarme influenciar por las ideas que nos venden en las películas porque muchas veces no tienen nada que ver con la realidad, socialmente hablando”.*

Investigadora: Para finalizar, me interesa mucho saber ¿Tu como psicólogo, que opinas sobre esto que hemos platicado? Es decir, ¿crees que hay una relación fuerte entre lo que vemos en películas y series y que esto puede motivarnos a determinadas conductas?

Entrevistado: *“En primer lugar, es importante destacar que la narrativa cinematográfica tiene el poder de evocar emociones intensas en los espectadores. Cuando nos sumergimos en una historia podemos experimentar empatía hacia los personajes y sentirnos identificados con sus luchas y triunfos. Esta conexión emocional puede influir en nuestras propias emociones y comportamientos, ya que tendemos a imitar o modelar el comportamiento de aquellos con quienes nos identificamos o a quienes admiramos. Por ejemplo, si vemos a un personaje resolver conflictos de manera violenta, es posible que esto normalice la agresión en nuestra mente y nos lleve a considerarla como una opción válida en situaciones similares en la vida real. Además, las películas y series suelen presentar una versión idealizada o distorsionada de la realidad, que era lo que te decía. Creando expectativas poco realistas sobre como deberían ser nuestras vidas.*

Los estándares de belleza, éxito y relaciones interpersonales que vemos en pantalla pueden influir en nuestra autoimagen y autoestima, llevándonos a compararnos constantemente. Esto puede generar ansiedad, depresión y otros problemas de salud mental”.

Investigadora: Te agradezco muchísimo el apoyo, no es común para mi poder hablar de esto con un psicólogo. Estas son todas las preguntas.

Anexo 2. Segunda entrevista: Psicóloga.

Investigadora: Estoy ya comenzando con la grabación, y quisiera agradecerte antes que nada por brindarme tu apoyo. Te comento que la entrevista será grabada únicamente para legitimar la investigación, sin embargo, no será expuesta esta conversación, adicional, debes saber que hablaremos de temas muy amenos y quisiera que te sientas con toda libertad de las respuestas. Comencemos.

¿Con que frecuencia ves series o películas en plataformas de streaming u otro medio?

Entrevistada: *“Yo creo que unas cuatro veces por semana por lo menos, solo lo veo fines de semana con mi hijo y entre semana lo veo en mis ratos libres”.*

Investigadora: Muy bien, ¿qué te agradan más, películas o series?

Entrevistada: *“Películas, definitivamente”.*

Investigadora: De acuerdo ¿Qué medio ocupas para verlas? Es decir, las ves desde tu celular, en tu televisión, por laptop o ¿en dónde?

Entrevistada: *“Regularmente en mi celular y si estoy en mi casita pues desde la televisión”.*

Investigadora: Muy bien ¿Qué plataforma te gusta más? Por ejemplo, Disney+, HBO, Amazon...

Entrevistada: *“Netflix, es la única que tengo descargada, mi esposo tiene HBO, pero yo, le soy fiel a Netflix”.*

Investigadora: Claro, está muy bien, siento que es algo que nos pasa mucho a todos, como que ya tenemos nuestra plataforma favorita de tantas que hay. Y, ¿te gusta por ejemplo ver películas por que te desestresa, solo te entretiene, o por que lo ves con tu nene? (su hijo)

Entrevistada: *“Ve que, hasta eso, cuando estoy sola, me gusta más escuchar música o cuando voy camino al trabajo de repente llego a ver algo, pero si estoy con mi hijo nos la pasamos horas viendo tele”.*

Investigadora: ¿Por qué te gusta mas verlo con tu niño?

Entrevistada: *“Porque yo casi no veo tele, al menos que me atrape mucho una película la veo y si tiene segunda parte, me veo también la segunda parte, pero de otro modo a mi me gusta mas leer, pero yo veo tele por mi niño”.*

Investigadora: Si claro, pláticame un poco ¿Cuál es la película que mas te gusta?

Entrevistada: *“Se llama “como ser soltera”*

Investigadora: ¿Qué te muestra esa película que te parece tan agradable?

Entrevistada: *“Mas que nada, la emancipación femenina, el desencanto de las relaciones de pareja, por que te transmite mucha calma, a comparación de películas antañas, de que el no establecer un vinculo amoroso con alguien no es tan maligno como se cree o se creía y eso es muy bonito”.*

Investigadora: Claro, ¿tú crees que las películas son un reflejo de lo que se desea o se quiere de las personas en general?

Entrevistada: *“Fijate no lo había pensado, pero...tal vez si, por que las películas son arte, el arte te hace sentir y emocionarte y las emociones son un arma de doble filo para las personas por que probablemente queremos repetir esos patrones de una película a raíz de lo que esa película nos hizo o nos hace sentir”.*

Investigadora: ahí hablaríamos de que podemos actuar buscando encontrar emociones...

Entrevistada: *“Mas bien, los sentimientos y las sensaciones nos hacen actuar”.*

Investigadora: ¿Qué opinas tu sobre eso? ¿Las películas pueden inducirnos de alguna manera para actuar o tender a una cierta conducta?

Entrevistada: *“Las películas o series actualmente están más aterrizadas a lo que pasa en el día a día, a diferencia de las películas de años atrás donde casi todo se disfrazaba o se censuraba. Ahora, es más probable que las películas o series puedan generar un impacto en la sociedad.*

Pueden ayudar a concientizar siempre y cuando se ocupe de manera asertiva la informacion y seamos objetivos en lo que puede ayudarnos o hacernos mejorar como personas. Es un medio interesante de poder generar un impacto en la sociedad y considero que puede ayudar a cambiar hábitos, malas conductas y actitudes”.

Investigadora: Se que no cuentas con mucho tiempo, por lo que la entrevista la dejare hasta aquí por el momento, la verdad es que, me fue de gran ayuda platicarlo aun que sea un poco contigo. Te agradezco mucho tu tiempo.

Anexo 2. Tercera entrevista: director de empresa de servicios TKM (Telemarketing)

Esta entrevista fue la única que no pudo desarrollarse de manera física con el entrevistado, debido a cargas de trabajo complicadas para la persona, se realizó de manera virtual, a través de una video llamada vía Meet.

Investigadora: Antes que nada, te agradezco mucho estos minutos, esta entrevista te comento que no será grabada y va a ser bastante sencilla.

¿Con que frecuencia ves series o películas en plataformas de streaming u otro medio?

Entrevistado: *“Es muy frecuente, diría que a diario”.*

Investigadora: ¿Qué te agradan más, películas o series?

Entrevistado: *“Las series, por mucho”.*

Investigadora: ¿Qué medio ocupas para verlas? Por ejemplo, ¿ocupas tu celular, televisión o algún otro?

Entrevistado: *“televisión, es más cómodo”*

Investigadora: ¿Sueles verlos por pasatiempo, actividades familiares, o por que lo haces con amigos?

Entrevistado: *“Pues más que nada es por pasatiempo o des estrés, me gusta mucho ver la tele solo”.*

Investigadora: ¿Cuál es la serie / película que más te agrada o que te haya dejado algún aprendizaje?

Entrevistado: *“Se llama: La ley de los audaces”*

Investigadora: ¿Qué personaje de esa serie/película es quien te agrada más? ¿Por qué?

Entrevistado: *“Harvey Specter, porque tiene una forma de sacar provecho de todo, hasta de la adversidad”.*

Investigadora: ¿Existe alguna serie o película que te haya ayudado, inspirado o hecho ver una perspectiva distinta a la usual en alguna situación de tu vida?

Entrevistado: *“Claro, esa misma serie. Me enseña a no dejarme caer ante ciertas circunstancias, te muestra que solo con lealtad progresas y que de nada sirve ser o considerarte víctima en alguna situación”.*

Investigadora: ¿Consideras que una película/ serie, puede involucrarse con la forma de comportarse de una persona?

Entrevistado: *“En efecto, pueden aportarnos únicamente las ideas”.*

Investigadora: Podrías aportarme alguna opinión al respecto de ¿cómo una serie puede inspirarnos a ciertas acciones? o si ¿consideras tu que esto es posible?

Entrevistado: *“ En lo personal yo creo que ahí es roll de identidad, es decir, si tu te sientes identificado en un contexto, te rodeas de personas que son casi idénticos a los de la serie, es normal creérnosla. Las personas somos muy egoístas e interesadas, como pasa conmigo, yo me identifico con Harvey Specter por eso, o mejor dicho él se identifica conmigo, pero yo no con él”.*