

Narrativas da sétima arte

Dorotea Bastos
Jerónimo Rivera
José Carlos Marques
(Coordenação)

Narrativas da sétima arte

Dorotea Bastos
Jerónimo Rivera
José Carlos Marques
(Coordenação)

RIA
Editorial

Ria Editorial - Conselho Editorial

PhD Abel Suing (UTPL, Equador)

PhD Andrea Versutti (UnB, Brasil)

PhD Anton Szomolányi (Pan-European University, Eslováquia)

PhD Carlos Arcila (Universidade de Salamanca, Espanha)

PhD Catalina Mier (UTPL, Equador)

PhD Denis Porto Renó (Universidade Estadual Paulista – UNESP, Brasil)

PhD Fátima Lopes Cardoso (ESCS/IPL, Portugal)

PhD Fernando Gutierrez (ITESM, México)

Ms. Fernando Irigaray (Universidade Nacional de Rosario, Argentina)

PhD Gerson Martins (Universidade Federal de Mato Grosso do Sul – UFMS, Brasil)

PhD Jerónimo Rivera (Universidade La Sabana, Colombia)

PhD Jesús Flores Vivar (Universidade Complutense de Madrid, Espanha)

PhD João Canavilhas (Universidade da Beira Interior, Portugal)

PhD John Pavlik (Rutgers University, Estados Unidos)

PhD Joseph Straubhaar (Universidade do Texas – Austin, Estados Unidos)

PhD Juliana Colussi (Universidade Rey Juan Carlos, Espanha)

PhD Koldo Meso (Universidade do País Vasco, Espanha)

PhD Lionel Brossi (Universidade do Chile, Chile)

PhD Lorenzo Vilches (Universidade Autônoma de Barcelona, Espanha)

PhD Manuela Penafria (Universidade da Beira Interior, Portugal)

PhD Marcelo Martínez (Universidade de Santiago de Compostela, Espanha)

PhD Marcos Pereira dos Santos (Univ. Tec. Federal do Paraná – UTFPR e
Fac. Rachel de Queiroz, Brasil)

PhD Maria Cristina Gobbi (Universidade Estadual Paulista – UNESP, Brasil)

PhD Oksana Tymoshchuk (Universidade de Aveiro, Portugal)

PhD Paul Levinson (Fordham University, Estados Unidos)

PhD Pedro Nunes (Universidade Federal da Paraíba – UFPB, Brasil)

PhD Piero Dominici (Universidade de Perugia, Italia)

PhD Raquel Longhi (Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC, Brasil)

PhD Ricardo Alexino Ferreira (Universidade de São Paulo – USP, Brasil)

PhD Sergio Gadini (Universidade Estadual de Ponta Grossa – UEPG, Brasil)

PhD Thom Gencarelli (Manhattan College, Estados Unidos)

PhD Vicente Gosciola (Universidade Anhembi Morumbi, Brasil)

FICHA TÉCNICA

Copyright 2024 ©Autoras e autores. Todos os direitos reservados

Foto de capa: ©Natia - stock.adobe.com (arquivo nº 252886721)

Design da capa: ©Denis Renó

Diagramação: *Luciana Renó*

ISBN 978-989-9220-17-1

Título: Narrativas da sétima arte

Coordenadores: Dorotea Bastos, Jerónimo Rivera e José Carlos Marques

1.ª edição, 2024



Esta obra tem licença Creative Commons *Attribution-NonCommercial-NoDerivatives*. Você tem o direito de compartilhar, copiar e redistribuir o material em qualquer suporte ou formato sempre que seja feito o reconhecimento de seus autores, não utilizá-la para fins comerciais e não modificar a obra de nenhuma forma.

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>

©Ria Editorial

RIA
Editorial

riaeditora@gmail.com

<http://www.riaeditorial.com>

ESSA OBRA FOI AVALIADA POR PARECERISTAS

Todos os textos foram avaliados e selecionados pelos organizadores da obra. Os comentários dos organizadores foram enviados aos autores, que, mediante a aprovação, receberam tempo hábil para eventuais correções.

O livro foi posteriormente avaliado e aprovado pelo avaliador externo Dra. Laís Akemi Margadona (Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais - PUC Minas), que informou parecer positivo à publicação da seguinte forma:

A obra “**Narrativas da sétima arte**”, coordenada por Dorotea Bastos, Jerónimo Rivera e José Carlos Marques, explora diversas facetas do cinema, abordando desde análises estéticas até questões de representação, gênero e consumo midiático. Do cinema no Estado Novo português ao *streaming* e *Oppenheimer*, o livro traz preciosas análises históricas e exemplos atuais do ecossistema midiático contemporâneo. O livro se estabelece como uma contribuição significativa para os estudos de cinema, oferecendo um panorama rico e provocativo para acadêmicos e entusiastas da área.

O parecer foi enviado previamente ao lançamento.

Autoras e autores

Aloísio Corrêa de Araújo

Brunna Arrais

Dorotea Souza Bastos

Edson de Souza Spitaletti

Erick Arenas Góngora

Gloria Olivia Rodríguez-Garay

Jamer Guterres de Mello

Joao Eduardo Hidalgo

José Patricio Pérez-Rufi

Julia Zanutim Picolo

María Isabel Pérez-Rufi

Mayra Regina Coimbra

Natalia Ferreira de Campos

Raíssa Pimentel

Vanessa Coutinho Martins

Vicente Gosciola

Victor Henrique da Silva Menezes

Vitória Cristina Batista Resende

Yasmin Brigato de Angelis

SUMÁRIO

Apresentação.....	11
<i>Denis Renó</i>	
<i>Thermae Romae</i> : a intersecção entre Roma Antiga e Japão Moderno na ficção histórica cinematográfica.....	13
<i>Natalia Ferreira de Campos</i>	
A autoria de gênero cinematográfico na era de consumo de filmes via <i>streaming</i>	35
<i>Edson de Souza Spitaletti</i> <i>Aloísio Corrêa de Araújo</i> <i>Vicente Gosciola</i>	
A estética das cores em <i>Oppenheimer</i> : análise da composição narrativa e experiência emocional.....	60
<i>Julia Zanutim Picolo</i>	

A evolução das mulheres em filmes de heróis da Marvel.....	87
<i>Vitória Cristina Batista Resende</i>	
<i>Mayra Regina Coimbra</i>	
Censura e propaganda no cinema durante o Estado Novo português de Salazar.....	123
<i>Raissa Pimentel</i>	
Aproximaciones al estudio de la conformación del imaginario social en estudiantes universitarios: efectos de la exhibición y percepción cinematográfica.....	159
<i>Erick Arenas Góngora</i>	
<i>Gloria Olivia Rodríguez-Garay</i>	
Auschwitz: zona de interesse de Primo Levi.....	187
<i>Joao Eduardo Hidalgo</i>	
Estrategias de estreno del cine español en salas de cine: ¿Cuál es el mejor mes para estrenar?	209
<i>José Patricio Pérez-Rufi</i>	
<i>María Isabel Pérez-Rufi</i>	
Devir-deriva nas imagens em fluxo: uma abordagem analítica e rizomática do filme <i>Bom Trabalho</i> , de Claire Denis.....	233
<i>Jamer Guterres de Mello</i>	
<i>Yasmin Brigato de Angelis</i>	

Do amor trágico à solidão: a homossexualidade de Alvo Dumbledore em <i>Animais Fantásticos</i> (2016-2022)	264
<i>Victor Henrique da Silva Menezes</i>	
<i>Vanessa Coutinho Martins</i>	
Final girls: male gaze e potencialidades femininas no subgênero de horror slasher	288
<i>Brunna Arrais</i>	
<i>Dorotea Souza Bastos</i>	
<i>Índice Remissivo</i>	311

APROXIMACIONES AL ESTUDIO DE LA CONFORMACIÓN DEL IMAGINARIO SOCIAL EN ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS: EFECTOS DE LA EXHIBICIÓN Y PERCEPCIÓN CINEMATOGRÁFICA

Erick Arenas Góngora¹
Gloria Olivia Rodríguez-Garay²

El fenómeno cinematográfico es, hasta nuestros días, uno que mantiene cierto poder de influencia en la sociedad global. Sea como expresión artística, medio de comunicación, industria cultural o sector dentro de las economías mundiales, el cine y sus productos audiovisuales motivan a las multitudes a visitar salas y espacios de exhibición con el fin de vivir la experiencia como espectadores. Aun a pesar de los

-
1. Licenciado en Periodismo
Maestrante en la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez (México).
earenas@uacj.mx
 2. Doctora en Periodismo y Sociedad.
Profesora de la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez (México).
grodrigu@uacj.mx

cambios y avances tecnológicos en los soportes y registros (del filme al archivo digital, pasando por el VHS, el DVD, Blu-ray, entre otros) el cine, con el paso del tiempo, ha sabido adaptarse.

La cartelera cinematográfica y las películas que, semana a semana, la componen son tema de conversación entre la población por el carácter lúdico, pero también reflexivo de sus narrativas. Hoy, las plataformas de *streaming* son los grandes contenedores de un vasto acervo cinematográfico producido en distintas épocas y países. Cualquier individuo con cierto poder adquisitivo, que se permita una conexión a Internet y el pago de alguna suscripción de mencionadas plataformas, tiene acceso a una variada selección de cintas.

Tales circunstancias llevaron a formular una serie de cuestionamientos acerca de la frecuencia con la que las personas acuden a una sala de cine a ver una película y, al mismo tiempo, conocer si tal espacio es el preferido para ello. Al mismo tiempo, y basándose en el supuesto de que el cine tiene la capacidad de generar un imaginario en quienes lo experimentan, se plantearon preguntas en cuanto a que, si dicho concepto puede relacionarse con algún género cinematográfico, así como si existe una vinculación entre lo anterior y los entornos y/o grupos en los que los individuos se desenvuelven socialmente. Para ello, se encuestaron a 140 estudiantes de la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez (UACJ) en México utilizando el servicio de Google Forms con el fin de conocer cuántas veces acuden, en el transcurso de un mes, a una sala de cine de su ciudad a ver una película; si la cinta de su elección es mexicana o extranjera, así como la época de su predilección (en el contexto del cine mexicano) en la que fue producida. Además, se ofrecieron varios conceptos sobre imaginario social para conocer cuál de estos consideran más relevante y el entorno en el que los han escuchado.

Entonces, el análisis de las respuestas obtenidas a partir del conocimiento de los gustos en el consumo de cierto tipo de cine entre los estudiantes, la frecuencia a la que acuden a una sala o preferencia por algún soporte, así como la influencia de lo anterior en cuanto a reconocer y asociar géneros cinematográficos en los entornos en los que se desenvuelven, puede contribuir a la aceptación de que el fenómeno filmico es, no sólo una marcada influencia como medio de comunicación, sino un generador de imaginarios individuales que deviene en social y/o colectivo en la sociedad.

El cine, factor de influencia social y generador de imaginarios

Atendiendo a la consideración teórica hecha por diversos autores en torno al fenómeno cinematográfico y su influencia en la sociedad desde su primera función pública hecha en Paris en 1885, el cine es tanto lenguaje, forma de expresión, manifestación artística, institución, tecnología e industria (Trujillo & Arbalaez, 2005). Según Pardo (2001), diversos especialistas como Jarvie (1970), Tudor (1974), así como Jowett y Linton (1980), consideran al cine -en el contexto de su relación con la sociedad- como medio de comunicación y coinciden en destacar su importancia como institución social ya que aluden a la experiencia cinematográfica como “un proceso comunicativo que sucede dentro de un contexto sociocultural determinado y que, en razón de su apelación emotiva, ejerce una gran influencia a la hora de configurar actitudes personales o sociales” (Pardo, 2001, p. 119).

Ramos (1995) describe, de forma elocuente en su artículo, cómo los medios de comunicación no sólo aportan información, sino también una “construcción selectiva del conocimiento de la sociedad”

(p. 110) ya que señalan lo que es importante y trivial mediante lo que muestran e ignoran, lo que amplían, silencian u omiten. Además, de ser una institución legitimada y todavía con cierto grado de credibilidad, el cine produce significados que se graban poderosa e indeleblemente en la conciencia de sus espectadores, constituyéndose como conocimiento que se reafirma en todo el entramado simbólico de la cultura (Ramos, 1995). Los productos principales del fenómeno cinematográfico (las películas) pueden entonces considerarse manifestaciones culturales y sociales gracias al amplio eco y enorme atractivo que tienen como formas de comunicación (Pardo, 2001).

La inserción del concepto de imaginario es relevante aquí ya que, como lo menciona Bergua (nombrado en García-Rodríguez, 2019) “el imaginario tiene su hábitat original en sustratos tan amplios como la danza, los cantos, los chistes, los juegos, los cuentos y leyendas (...) el cine, entre otros” (p. 4). Pero ¿qué es el imaginario? En su artículo, García-Rodríguez (2019) hace un amplio recuento de los autores que han profundizado en “un concepto polivalente que cuenta con una importante tradición (...) concepto abierto que, en la actualidad, se nutre de perspectivas que lo enriquecen y matizan” (p. 1). Cita a Pintos y Aliaga (2012), y al establecimiento de dos corrientes intelectuales importantes sobre el imaginario social: la francesa y la iberoamericana. De la primera fue Cornelius Castoriadis el autor más relevante con su obra “La institución imaginaria de la sociedad”, publicada en 1975. Pues bien, García-Rodríguez (2019) apunta que, para Castoriadis, el imaginario es un fenómeno tanto individual como colectivo que puede comprenderse como un patrimonio representativo, destacando el imaginario instituyente,

que hace referencia al universo fundante que da sentido a las sociedades y que su función principal sería dar cuenta de cómo

En la historia, desde el origen, constatamos la emergencia de lo nuevo radical, y si no podemos recurrir a factores trascendentes para dar cuenta de eso, tenemos que postular necesariamente un poder de creación, un vis formando, inmanente tanto a las colectividades humanas como a los seres singulares. (Castoriadis, 2002, p. 94)

Por otra parte, Dittus (en García-Rodríguez, 2019) observa que para Castoriadis el imaginario “es un fenómeno tanto individual como colectivo, puede comprenderse como un patrimonio representativo, esto es, como el conjunto de imágenes mentales acumuladas por el individuo en el curso de su socialización” (p. 6). Cabe mencionar que, para Bergua (citado en García-Rodríguez, 2019) lo imaginario no es simbólico pues esto está ligado a la razón, a lo empírico; lo imaginario, a la magia, a lo difuso. Así mismo, Edgar Morin (recuperado por Carretero, 2004) indica que lo imaginario y su génesis se encuentra en sintonía como la magia y el mito, edificando un recurso cultural que el hombre construye y genera para afrontar su destino. Lo imaginario, añade Carretero (2004), “es el resultado de una proyección fantasmática que, una vez solidificada, ilumina modos de reinención de la realidad, constituyendo una auténtica estetización de la existencia” (p. 4), en tanto que, las estructuras del fenómeno cinematográfico, afirma Morin (1972), “son mágicas y responden a las mismas necesidades imaginarias que las del sueño [ya que] la sesión de cine revela caracteres parahipnóticos (oscuridad, hechizo por la imagen, relajación confortable, pasividad e impotencia física” (p. 136).

Por su parte, Cruz Cortés (2022, p. 241), al recuperar a Gallardo (2008), atestigua que “lo ficcional refiere y se vincula con los imaginarios individuales y sociales, ceñidos a cuestiones histórico-contextuales”, y acercarse al y desde el cine requiere saber:

Desde un punto de vista cultural, cabe poca duda que el cine objetiva, refleja y amplifica en imágenes y sonidos, creencias y valores dominantes, emergentes o residuales. El cine objetiva, porque crea unas materialidades visuales para aquello que en el imaginario era sólo escritura, noción o concepto cultural. El cine refleja porque tiene como punto de partida el material disponible en el imaginario de la época de su realización. El cine amplifica el imaginario, porque los instala en el dominio colectivo, en las diferentes audiencias a las que está dirigido (Gallardo, 2008, p. 318)

Todo lo anterior revela entonces que “las imágenes y los imaginarios como funciones primordiales de la especie humana” (Lapoujade, 2016, p. 97) son emergentes de la imaginación; y el cine y sus obras, en su calidad de institución social, medio de comunicación y vía de expresión artística, son capaces de generar imaginarios en los individuos. Su recepción puede ser tanto individual como colectiva y sus obras (las películas) tienen el poder de generar un imaginario que “opera como matriz de sentido que tiende a imponerse como forma de leer la vida social” (Cegarra en García-Rodríguez, 2019, p. 4).

El universitario juarense, su consumo cinematográfico y entendimiento del imaginario

Tal y como se enunció en la parte introductoria de este trabajo, y con el fin de conocer la posible relación entre el consumo de cine con la generación de imaginarios, se aplicó una encuesta estructurada

a un grupo de 140 estudiantes de la UACJ a través de Google Forms. A partir de sus respuestas se pudo conocer la frecuencia con la que acuden a una sala de cine a ver una película durante el transcurso de un mes; la preferencia de otro medio, soporte o espacio digital para realizarlo; género cinematográfico que más prefieren, la nacionalidad de la cinta con énfasis en distinguir si dentro de su consumo prefieren cine mexicano y la época que más les llama la atención.

Así mismo, se les preguntó si encuentran relación alguna con el cine que consumen y sus entornos sociales más inmediatos y se les proporcionaron cuatro conceptos de imaginario social con el fin de que pudieran seleccionar el que más se acerca a su propio concepto personal. Cabe aclarar que el uso del concepto de consumo se toma desde la definición hecha por García Canclini (recuperado en Rivera-Betancur, 2008) cuando afirma que se trata del conjunto de procesos socioculturales en que se realizan la apropiación y los usos de los productos, que para el caso de este estudio se centra en las películas.

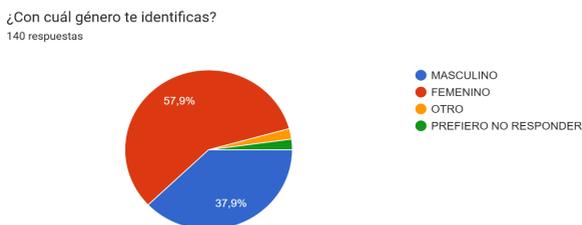
Finalmente, se les preguntó desde cuál sector, grupo o entorno social han escuchado hablar sobre el imaginario, ofreciéndoles como opción el entorno escolar, familiar, social, medios de comunicación tradicional (televisión, radio, prensa) y medios digitales (redes sociales, páginas web, *blogs*). Tal y como lo afirma Rosas Mantecón (2012), “el público ha sido el gran ausente en los estudios sobre cine, tanto en los históricos como de los del campo de la comunicación” (p. 42), además, agrega la especialista mexicana, de no generalizarse la reflexión teórica sobre el espectador. De igual forma, apunta al mencionar a Zavala (1994), que cuando se asiste a una sala de cine se ponen en marcha procesos imaginarios, tanto personales como colectivos.

Preferencia, frecuencia y gusto por la cinematografía nacional y extranjera

La parte introductoria de la encuesta consistió en obtener datos demográficos de la muestra. Así, de los 140 estudiantes universitarios encuestados (ver Figura 1), 57.9% fue población femenina mientras que 37.9% fue masculina. Cabe destacar que, según datos de la Subdirección de Planeación de la Competitividad Académica de la UACJ, para el periodo semestral comprendido entre los meses de enero a junio de 2024, la matrícula estudiantil de la población femenina era de 20,636 estudiantes frente a 16,098 de la población masculina por lo que el estudio presenta en varios de sus datos una tendencia mayoritaria en los participantes del género femenino.

Figura 1

Género de la población encuestada



Elaboración propia con datos del estudio de campo.

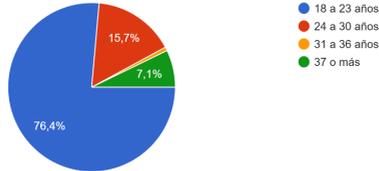
Con relación a la edad, el 76.4% del total de la muestra afirmó encontrarse entre los 18 y 23 años, seguido de un 15.7% que respondió contar entre 24 y 30 años (ver Figura 2).

Figura 2

Edad de la población encuestada

¿En cuál rango de edad te encuentras?

140 respuestas



Elaboración propia con datos del estudio de campo.

Posterior a conocer los datos demográficos de la población encuestada, la primera pregunta se formuló en una escala de Likert bajo la pregunta ¿cuál de los siguientes medios y/o espacios prefieres para ver una película? con las opciones de respuesta enlistadas de la siguiente forma: 1. Nunca, 2. A veces, 3. Normalmente y 4. Siempre. Los espacios en cuestión fueron sala de cine (comercial, cultural); servicio de *streaming* (Netflix, Amazon, YouTube); televisión (abierta o de paga) y soporte físico (DVD, Blu-Ray). Las respuestas arrojaron que 54 personas normalmente prefieren la sala de cine para ver una película frente a 57 que siempre prefieren un servicio de *streaming* (ver Figura 3). En cuanto a los medios y soportes considerados tradicionales, 55 personas nunca prefieren la televisión como medio para ver una película, mientras que 93 nunca lo hacen a través de un soporte físico. Cabe mencionar que 61 estudiantes respondieron que a veces prefieren ver una película a través de su televisor.

Lo anterior indica que, a pesar de todavía ser considerado un espacio ideal para ver una película, la sala de cine se encuentra por debajo de los servicios de *streaming*. Esto podría deberse a múltiples

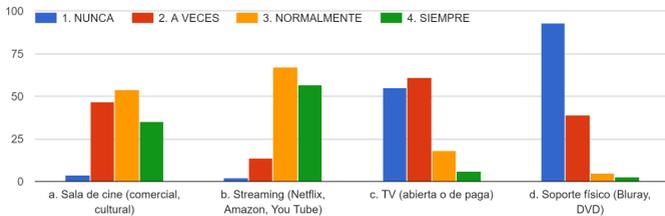
factores, tales como precio de los boletos, cartelera cinematográfica limitada a cierto tipo de películas y géneros, localización de las salas de cine frente a los lugares en donde los estudiantes residen o desarrollan sus actividades regulares.

El uso del *streaming* hoy no está limitado solamente a los hogares. Es bien sabido que muchas personas consumen medios audiovisuales desde sus teléfonos inteligentes sin importar el lugar en el que se encuentren, siempre y cuando cuenten con conectividad. En cuanto a los soportes físicos preferidos por los estudiantes para ver una película (DVD, Blu-Ray), la respuesta es indicativo de que dichos soportes están en desuso. Además, su venta en la ciudad se limita a ciertos establecimientos y solamente en formato Blu-Ray. A propósito de un medio tradicional, se destaca que la televisión abierta todavía sea de preferencia entre los estudiantes puesto que todavía es posible encontrar en la programación local la transmisión de películas, sobre todo producciones mexicanas.

Figura 3

Espacios, servicios y soportes para el consumo cinematográfico

1. En la escala del 1 al 4, siendo 1. NUNCA, 2. A VECES, 3. NORMALMENTE y 4. SIEMPRE ¿cuál de los siguientes medios y/o espacios prefieres para ver una película?



Elaboración propia con datos del estudio de campo.

Como un agregado en cuanto al consumo de audiovisuales, cuando a nivel nacional se trata, el Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) presentó en 2023 los resultados de la Encuesta Nacional de Consumo de Contenidos Audiovisuales (ENCCA), dando a conocer que el 75% de los encuestados todavía ven televisión abierta. De dicho porcentaje, 47% lo hace para consumir películas. Al respecto del consumo de Internet, la ENCCA reportó que 54% de las personas lo utilizan para ver contenidos de video, siendo las películas las más vistas con 52%. Respecto a las plataformas más utilizadas entre los consumidores de contenidos audiovisuales por Internet, los datos obtenidos arrojaron lo siguiente: YouTube con 73%, seguido por Netflix con 40%. Dicho informe entonces evidencia lo que, en menor escala, este estudio presenta respecto a la preferencia de los universitarios ante el consumo de películas desde distintos espacios, medios o soportes.

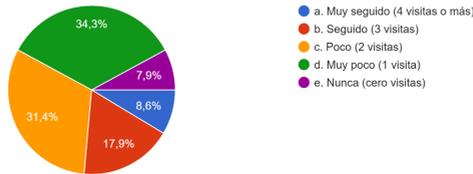
A la pregunta ¿cuántas veces vas a algún cine de la ciudad? que se presentó a los encuestados con las siguientes opciones como posibles respuestas: muy seguido (4 visitas o más), seguido (3 visitas), poco (2 visitas), muy poco (1 visita) y nunca (cero visitas), los resultados arrojaron que un 34.3% de los encuestados (48 estudiantes) indicaron acudir muy poco, seguido del 31.4% (44 estudiantes) que respondieron poco (ver Figura 4). Sólo el 17.9% (25 estudiantes) de la población encuestada manifestó acudir seguido a una sala de cine al mes. Estas respuestas están correlacionadas con la pregunta sobre el medio y/o espacio que prefieren para ver una película puesto que los estudiantes optan por consumir cine desde las plataformas de *streaming* y que regularmente se hace desde la comodidad y seguridad de sus hogares. En tal sentido, 22 personas femeninas, 25 masculinos y una

persona que respondió “otro” en relación a su género acuden muy poco a una sala de cine al mes.

Figura 4

Frecuencia de visitas a una sala de cine

2. En el transcurso de un mes ¿cuántas veces vas a algún cine de la ciudad?
140 respuestas



Elaboración propia con datos del estudio de campo.

La elección con relación a género y país de origen de las películas que prefieren consumir, la encuesta a los estudiantes arrojó una preferencia general por la ciencia ficción, seguido del drama y el terror producidos en los Estados Unidos. Cabe aclarar que a los participantes se les permitió seleccionar de manera libre sus preferencias, no limitándolos a una sola respuesta dentro de los géneros y la nacionalidad de las películas (ver Figura 5).

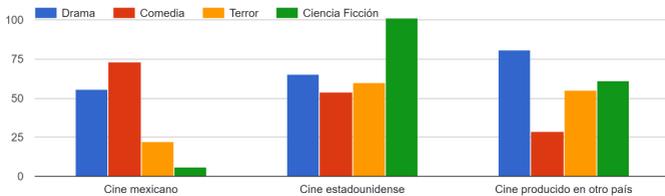
Fue así como 101 estudiantes prefirieron la ciencia ficción, seguido de 65 que lo hicieron por el drama, 60 por el terror y 54 optaron por la comedia. La preferencia por el cine mexicano fue muy distinta en cuanto al género cinematográfico. De tal forma, entre la población encuestada, la comedia mexicana sigue siendo el género de mayor preferencia, seleccionada por 73 estudiantes, seguido del drama por 56. En este caso, el cine de terror producido en México (uno que popularmente

se dice es de los géneros preferidos entre la población) ocupó el tercer puesto con 22 adeptos, mientras que solo 6 universitarios seleccionaron ciencia ficción.

Figura 5

Preferencia género cinematográfico y país de origen de la película

3. Al ver una película ¿cuál es tu elección en cuanto al género y país de origen? Selecciona más de una opción si así lo consideras necesario. IMPORTAN..., pasa a la pregunta 4; si no, pasa la pregunta 5.



Elaboración propia con datos del estudio de campo.

En cuanto al cine internacional (no producido en Estados Unidos), las preferencias fueron las siguientes: 81 estudiantes seleccionaron drama, 61 ciencia ficción, 55 lo hicieron por el terror y 29 optaron por comedia. En concreto, estos datos demuestran cómo el cine estadounidense sigue siendo el de mayor preferencia entre los jóvenes universitarios, ante lo que se puede afirmar que el cine hollywoodense, que finalmente es el que permea en las carteleras de las salas comerciales o en la mayoría de los servicios de *streaming*, ha traspasado las barreras de los Estados Unidos haciéndose de audiencia en todo el mundo (Rivera-Betancur, 2008). Con respecto a la preferencia por la ciencia ficción, se sabe que la industria hollywoodense ha perfeccionado el uso de técnicas y efectos

especiales que hacen mucho más atractivas las narrativas, llamando la atención entre el público universitario.

Épocas del cine mexicano: la relación entre el cine que se consume y entornos en donde los universitarios se desenvuelven

Desde el punto de vista del desarrollo histórico y cultural del cine mexicano, especialistas como Aurelio de los Reyes, Emilio García Riera, Jorge Ayala Blanco y figuras como Carlos Monsiváis, realizaron sendos trabajos sobre las distintas épocas que componen la historia del cine nacional. Por una parte, para establecer los periodos y momentos importantes durante el desarrollo de la industria cinematográfica y, por otra, para conocer su impacto en la sociedad mexicana.

Por lo tanto, para conocer las preferencias de consumo de los universitarios en cuanto al cine nacional e intentar reconocer si estos encuentran alguna relación entre lo visto y los entornos sociales en los que se desenvuelven, se les preguntó la época de su preferencia en cuanto a cine mexicano (ver Figura 6). Cabe apuntar que se les permitió seleccionar más de una de las épocas más reconocidas, mencionando, además, las décadas en las que se desarrollaron según la historiografía del cine mexicano; de tal forma que tuvieron la opción de escoger entre la época del cine mudo y sonoro, la época dorada del cine mexicano y la conocida “Nueva Ola”; el “Cine de ficheras” y el “Nuevo Cine Mexicano”.

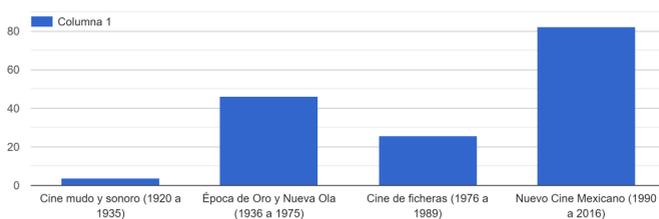
Frente al cine mudo y sonoro, épocas que tuvieron su desarrollo entre 1920 y 1935, sólo 4 universitarios (3 personas femeninas y 1 masculino) mostraron interés. Ante la baja preferencia por estos dos momentos del cine mexicano en su historia, se infiere que tiene su razón

a que se desconocen títulos y autores debido a la poca o nula programación de dichas producciones en las carteleras comerciales o incluso en los circuitos culturales cinematográficos de Ciudad Juárez. Por otra parte, los servicios de *streaming* más reconocidos (Netflix, Amazon, Max, entre otros) no ofertan cintas de tan temprana etapa.

Figura 6

Preferencia de consumo en cine mexicano

4. Si en la pregunta anterior tu respuesta incluyó CINE MEXICANO, ¿cuál es la época o etapa de tu preferencia al ver una película? Selecciona más de una opción si así lo consideras necesario.



Elaboración propia con datos del estudio de campo.

Las llamadas “Época de Oro” y “Nueva Ola” del cine, que se desarrollaron entre 1936 y 1975, fueron seleccionadas por 46 personas de las cuales 27 fueron personas femeninas, 18 masculinas y una persona más que prefirió no mencionar su género. Tal preferencia puede deberse al hecho de que las producciones realizadas en dichas épocas siguen transmitiéndose por televisión abierta local. Caso particular es el de MUBI, servicio de *streaming* que con el paso del tiempo ha ido escalando en popularidad entre los usuarios de dichos servicios y que presenta curaduría cinematográfica, de manera regular, centrada en cintas

mexicanas realizadas durante la década de los sesenta y setenta; presentando programas compuestos de películas dirigidas por los autores más representativos de ese tiempo como Arturo Ripstein, Jaime Humberto Hermosillo, Felipe Cazals, Jorge Fons, entre otros.

El conocido “Cine de ficheras” tuvo preferencia entre 26 personas de las cuales 15 fueron personas femeninas y 11 masculinas. Esto puede deberse al hecho de que producciones originadas en dicho momento, aunque también de difícil acceso en servicios de *streaming*, son programadas de manera regular por televisión abierta y de paga.

Finalmente, en cuanto al cine mexicano de reciente producción (conocido como “Nuevo Cine Mexicano”) y que data de 1990 a 2016, un total de 82 estudiantes fueron los que mostraron su preferencia por él, de los cuales 48 fueron estudiantes femeninas frente a 30 masculinos; 2 más que respondieron a “otro” en cuanto a género y 2 que prefirieron “no responder”. La elevada preferencia por la cinematografía de esta época puede tener varias razones: Una es que se trata de producciones recientes y que son fáciles de encontrar en la mayoría de los servicios de *streaming*. Otra razón es que la sala de cine de la UACJ (Sala Arturo Ripstein), una de tipo cultural con siete años de funcionamiento, programa carteleras con títulos mexicanos que datan de ese periodo y que los estudiantes acuden a ver con regularidad. Una razón más, es que de esa etapa de la producción nacional surgieron directores que hoy han alcanzado fama internacional, tal es el caso de Guillermo del Toro, Alejandro González Iñárritu y Alfonso Cuarón, muy populares entre la población joven (sobre todo Del Toro); además de actores y actrices que en la mayoría de los casos también han logrado reconocimiento internacional, tales como Salma Hayek, Gael García Bernal, Diego Luna,

Joaquín Cosío, Damián Alcázar, Arcelia Ramírez, Cecilia Suárez, Daniel Giménez Cacho, los hermanos Bruno y Demián Bichir, entre otros.

Del total de estudiantes universitarios encuestados (140), 109 seleccionaron al menos una de las épocas del cine producido en México, lo que indica que 77.1% de la muestra consume cine nacional. Si bien en las respuestas de la pregunta anterior se manifiesta un consumo y preferencia por el cine estadounidense de ciencia ficción, la preferencia por el cine mexicano puede ser un indicativo de que los estudiantes tienen mayor acceso a propuestas cinematográficas de distintas nacionalidades incluyendo la mexicana, algo que podría deberse a la variedad de opciones y títulos que ofrecen los servicios de *streaming*, de tal forma que los universitarios no se limitan únicamente a aquello que presentan las carteleras comerciales de los diferentes complejos cinematográficos en Ciudad Juárez, Chihuahua.

Al respecto de la relación que los estudiantes encuentran entre el cine que consumen y los entornos en los que se desenvuelven socialmente, se les proporcionaron tres opciones: entorno familiar, social (escuela, círculos de amistad) y laboral, éste último pensando en función de que, durante la vida universitaria, los estudiantes inician y experimentan la vida laboral. De la misma forma que otras preguntas formuladas, ésta se presentó en una escala de Likert siendo 1. Nunca, 2. A veces, 3. Normalmente y 4. Siempre.

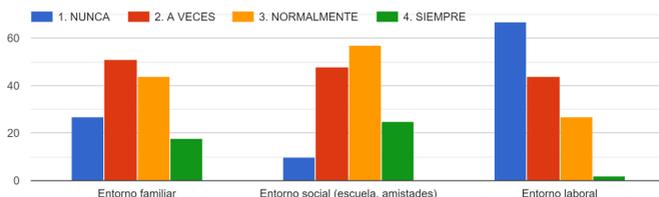
Como resultados de identificó que, para 57 estudiantes de la UACJ, el cine que consumen “normalmente” está relacionado con su entorno social (escuela, círculos de amistad) seguido de 48 que “a veces” encuentran relación. 25 estudiantes “siempre” lo relacionan con el cine que experimentan (ver Figura 7). De igual manera, y con base en sus

respuestas, el entorno familiar se encuentra relacionado con el cine que los encuestados consumen puesto que 51 estudiantes manifestaron que las cintas vistas “a veces” tienen una relación con su desenvolvimiento en el núcleo familiar, seguido de 44 que “normalmente” asocian el cine con dicho entorno.

Figura 7

Relación cine que se consume y entornos en los que se desenvueven

5. En la escala del 1 al 4, ¿encuentras algún tipo de relación entre el cine que ves y los entornos o grupos en los que te desenvuelves como persona?



Elaboración propia con datos del estudio de campo.

En último lugar, el entorno laboral fue el que los estudiantes menos vincularon con el cine que observan, ya que 67 “nunca” lo asocian a sus ambientes laborales, seguido de 44 que “a veces” lo hacen. Solamente 2 estudiantes mencionaron que su entorno laboral “siempre” tiene relación con las películas que consumen. Los datos arrojados pueden ser indicativo de la influencia que tienen las películas entre los jóvenes universitarios y la forma en cómo asocian la realidad que viven frente a las narrativas que consumen. Si se atienden los datos con relación al género que consumen en cuanto a cinematografía nacional (ver

Figura 5), es la comedia y el drama los de mayor preferencia, historias que regularmente poseen un alto grado de verosimilitud y reflejo de lo que se vive en la sociedad mexicana. Por tanto, la relación que hacen los estudiantes con sus entornos más inmediatos como el familiar o el social, considerando que “normalmente” existe un vínculo, podría deberse a esa experiencia de reflejo de lo que viven a lo que ven en la gran pantalla.

La pregunta formulada con respecto a la asociación que tienen los estudiantes sobre el concepto de imaginario social se presentó con cuatro posibles respuestas, todas ellas correctas. Cabe mencionar que se les permitió seleccionar más de una si lo consideraban necesario. Las respuestas (conceptos) fueron: a). Que solo existe en la imaginación, b). Repertorio de elementos simbólicos y conceptuales de un autor, una escuela o una tradición, c). Imagen simbólica a partir de la que se desarrolla una representación mental y d). Imagen que un grupo social, un país o una época tienen de sí mismos o de alguno de sus rasgos esenciales. Los anteriores son todos conceptos de imaginario social que ofrece la Real Academia Española (RAE) en su diccionario en línea (Diccionario de la lengua española, 2023).

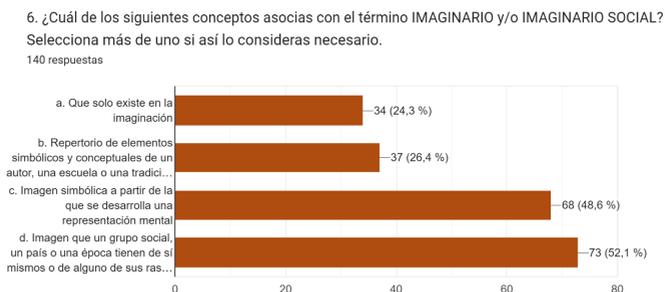
Del total de la muestra, 73 estudiantes (52.1%) seleccionaron la opción “d” (o inciso d) que es aquella que relaciona la imagen que un grupo social tiene de sí mismo o de sus rasgos más esenciales (ver Figura 8). Esto permite inferir que para los universitarios encuestados el imaginario es, ante todo, una imagen mental que se construyen sobre sí mismos, de sus características, de aquello que los hace ser lo que son, por ejemplo, ser jóvenes residentes de Ciudad Juárez, Chihuahua; estudiantes de la UACJ, con una edad promedio entre los 18 y 23 años,

que su consumo cinematográfico lo realizan desde una plataforma de *streaming* y que acuden una vez al mes a una sala de cine, por mencionar algunas características simples. Ahora bien, de esos 73 estudiantes, 41 del género femenino seleccionaron entre sus opciones el concepto antes mencionado frente a 27 del género masculino; 2 personas que respondieron a “otro” como su género y 3 más que prefirieron “no responder”.

Por otra parte, el segundo concepto de imaginario, que se menciona implica una imagen simbólica a partir de la que se desarrolla una representación mental (inciso c), fue seleccionado por 68 estudiantes (48.6%). Con estos datos se puede inferir que, para los universitarios, el imaginario no tiene relación más allá de lo que ocurre en sus procesos cognoscitivos, de lo que sucede en sus mentes y que deviene en una sola imagen sin determinar sus rasgos o características. De esas 68 personas, 45 fueron femeninas, 21 del género masculino y 2 que respondieron a “otro” género.

Figura 8

Imaginario social, diferentes conceptos y asociaciones



Elaboración propia con datos del estudio de campo.

Con relación a los dos restantes conceptos, 37 estudiantes seleccionaron el que refiere al imaginario como un repertorio de elementos simbólicos y conceptuales de un autor, una escuela o tradición (inciso b), y 34 optaron por seleccionar que el concepto que más asocian al suyo propio es el que describe como algo que sólo existe en la imaginación (inciso a). Ya se ha comentado que el concepto de imaginario propuesto por diversos autores es uno polivalente que se nutre de distintas perspectivas (García-Rodríguez, 2019). Sin embargo, que el escogido por la población encuestada sea mayoritariamente el que contiene elementos como “imagen que un grupo social tiene de sí mismo” puede ser asociado a que, al experimentar ciertas narrativas cinematográficas, los estudiantes identifican en ellas rasgos que posteriormente encuentran en sí mismos y en los entornos sociales en los que se desenvuelven.

La inferencia anteriormente expuesta respecto al concepto mayormente seleccionado por los encuestados encuentra eco en lo dicho por Ramos (1995) sobre cómo los medios de comunicación (se incluye al medio cinematográfico) seleccionan ciertos aspectos del mundo que *a posteriori* favorecen la identificación de aquellos individuos que se exponen a su discurso, ocasionando una apropiación de sus significantes que los exponen a una dialéctica entre sus auto-identificaciones y aquella que los medios (el cine) hacen de ellos mismos, lo que cristaliza los significados mediáticos en su interior y traduce en realidad subjetiva la realidad objetivada en el lenguaje que utilizan.

Ramos (1995), de igual manera, afirma que el conocimiento que los medios proporcionan “no solamente pone en juego mis capacidades cognoscitivas sino también emocionales: ante ellos río, me apeno, me enfado, me complacen” (p. 111). También es de resaltar que para

Monsiváis (citado en Rosas, 2012), por ejemplo, existe una interrelación entre el cine y la construcción de la cultura nacional pues el autorreconocimiento del espectador en el cine no toma una forma pasiva. Por otro lado, para Martín-Barbero (recuperado en Rosas, 2012) “al cine la gente va a verse, en una secuencia de imágenes que más que argumentos le entrega gestos, rostros, modos de hablar y caminar” (p. 44).

Finalmente, la última pregunta realizada a la muestra poblacional buscó responder desde cuál sector, grupo o entorno los estudiantes han escuchado hablar del término “imaginario” y/o “imaginario social”. Para ello, se pusieron a su consideración seis opciones pudiendo seleccionar más de una si así lo sentían necesario: a). Entorno escolar, b). Medios de comunicación tradicionales (radio, tv, periódicos, revistas), c). Medios digitales (redes sociales, páginas web, *blogs*), d). Grupo de amistades, e). Entorno familiar y f). Ninguno de los anteriores.

La opción “Medios digitales (redes sociales, páginas web, *blogs*)” fue la de mayor selección con un 50% (ver Figura 9), equivalente a 70 estudiantes de los cuales 40 fueron personas femeninas frente a 27 masculinas, 1 que respondió a su género como “otro” y 2 que prefirieron “no responder”. Con estos datos es posible considerar que las personas femeninas no sólo han escuchado del término en esos espacios virtuales, sino que podrían ser más susceptibles a generar un concepto de él a través de su consumo audiovisual de cine en plataformas de *streaming* que se encuentran en Internet.

La segunda opción con mayor porcentaje (38.6%) fue la del “entorno escolar” seguido de “los medios de comunicación tradicionales” (30.7%) como la radio, la televisión y los periódicos (prensa escrita). El “entorno familiar” resultó ser el de menor porcentaje (7.9%) y, es

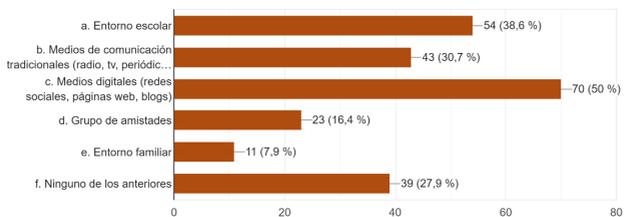
importante señalar que, 27.9% (39 estudiantes) consideraron que “ninguna de las opciones presentadas” eran motivo para ser considerados como grupos, entornos o sectores desde donde habían escuchado hablar sobre el “imaginario”.

Cabe reconocer entonces, que el concepto, aunque posiblemente sea mencionado de manera regular en estos entornos, su significado no se desarrolla y tampoco se conoce el impacto que puede tener en el desenvolvimiento individual y colectivo de las personas; pensado más como una palabra popular que diversidad de medios (prensa, radio, televisión, literatura) y autores utilizan como sinónimo para referirse al “grueso de la población”.

Figura 9

Grupos, entornos y sectores desde donde se habla sobre el imaginario

7. De los siguientes grupos, entornos y sectores ¿en cuál de ellos has escuchado hablar del término IMAGINARIO y/o IMAGINARIO SOCIAL? Selecciona más de uno si así lo consideras necesario.
140 respuestas



Elaboración propia con datos del estudio de campo.

La encuesta cerró con dos solicitudes adicionales hechas a los estudiantes. Primero, se les pidió mencionar de forma libre algún otro grupo, entorno o sector que considerasen necesario y desde el cual

han escuchado hablar sobre el término “imaginario”. Solamente se obtuvieron 15 respuestas, resaltando las siguientes: “en publicidad nos enseñan a manejar el concepto para tomarlo en cuenta en la creación de campañas”, “en la Universidad con los arquitectos”, “videojuegos” y “mi concepto sería algo como que existe en la mente de cualquiera y tiene símbolos creativos”. En este sentido, al menos tales respuestas arrojan que estos otros entornos son propios del espacio de enseñanza universitaria y no son ajenas a éste.

Segundo, se les pidió mencionar el título de alguna película sin importar nacionalidad ni género cinematográfico. Esta solicitud obtuvo 108 respuestas equivalentes al 77.1% del total de encuestados. Obtener estas respuestas tuvo como primera intención conocer cuántos universitarios podrían mencionar una cinta y por consiguiente considerarlos consumidores cinematográficos. En segundo término, se trató de identificar si entre las respuestas se mencionaban películas producidas en México, arrojando un total 17 títulos mencionados y repitiéndose dos títulos (“Los olvidados” de Luis Buñuel y “Perfume de violetas” de Maryse Sistach). El resto de las cintas mencionadas (91) fueron de manufactura extranjera y, por consiguiente, indica que el cine producido en el extranjero podría tener una mayor influencia a la hora de ser consumido por los universitarios, sin importar medio o espacio para hacerlo.

Conclusiones

Indicado al inicio de este texto, el estudio estuvo motivado por el supuesto de que el consumo de cine genera imaginarios individuales y colectivos, que como afirman Riffo y Dittus (2019, p. 122) esto ocurre porque en él “se observa la doble dimensión del filme como

artefacto y como experiencia subjetiva”. Por una parte, se conocieron cuáles son los medios a los que la población estudiantil encuestada recurre para experimentar una cinta, sin importar país, género o época de producción. Por otro lado, se constató que la sala de cine es todavía un espacio ideal para ello, considerando el impacto que tuvo la industria de la exhibición cinematográfica durante y después de la pandemia por COVID-19, momento en el que sufrió pérdidas millonarias y una baja considerable de usuarios, pero aumentando el consumo audiovisual en hogares de los servicios de *streaming*.

Otro dato importante fue conocer si el universitario juareense prefiere o no consumir cine mexicano, lo que arrojó un nivel considerado satisfactorio (ver Figura 6) si se toma en cuenta que las carteleras comerciales en la ciudad fronteriza son, como en muchas otras, mayoritariamente compuestas por cine extranjero, específicamente de producción estadounidense. Por ejemplo, el reporte publicado por la Cámara Nacional de la Industria Cinematográfica (CANACINE) en su sitio web, respecto a la recaudación en taquilla a nivel nacional durante la semana del 23 al 29 de septiembre de 2024, arrojó que, de los diez títulos con mayor recaudación en cartelera comercial, los cuatro de mayor consumo fueron producciones estadounidenses y/o internacionales. Sólo una producción mexicana (del género drama/comedia) apareció en la lista, ocupando el quinto lugar en taquilla nacional.

Definitivamente, otro dato que se consideró relevante entender en el estudio fue si los estudiantes asocian, de un modo u otro, el cine que consumen frente a los entornos más inmediatos y en donde regularmente se desenvuelven (ver Figura 7), arrojando un estimado en cuanto a lo familiar y social. Es decir, que el universitario juareense sí reconoce

relación entre las narrativas que experimenta y estos espacios pues, como se ha dicho, puede deberse a que las películas, entendidas como obras de un fenómeno que abiertamente se asume como generador de imaginarios, operan como una matriz que da sentido a las formas en cómo se debe leer y vivir en sociedad (Cegarra en García-Rodríguez, 2019) y que, además, podría ayudar a procesos de identificación y reflexión, tanto individual como colectivamente, propiciando el entendimiento de marcas de identidad (Rivera-Betancur, 2008).

El fenómeno cinematográfico sigue siendo un medio (expresivo, comunicativo) de alcance e influencia en todos los niveles sociales, “es uno de los generadores de conciencia más importantes del siglo xx. La manera en la que entendemos parte del mundo y algunas de sus complejidades ha sido filtrada a través de él” (Reyes, 2012, p. 53), lo que sigue es desentrañar todavía más la potencia de su impacto pues, como indica Iglesias (señalado en Rosas, 2012) “el cine no solo es una fábrica de sueños, sino también un inculcador de estilos y formas de vida (...) su fuerza como fenómeno social se evidencia o se consagra a través de la recepción” (p. 45). Como generador de imaginarios, se manifiesta en la recurrencia que tienen los individuos en apreciarlo sin importar el género o la edad de estos, ni tampoco el medio de exhibición o envase narrativo desde el cual se les presenta; “se legitiman formas de vivencia aceptables y se rechazan otras” (Sedeño-Valdellos. 2022, p. 39); considerándose entonces una institución creadora de nuevas significaciones, formas de ser, pensar y actuar de las personas (Falleti en García-Rodríguez, 2019) que, finalmente dan forma a la sociedad y a la realidad en la que está envuelta.

Referencias

- Cámara Nacional de la Industria Cinematográfica. (s. f.). Taquilla del 23 al 29 de septiembre del 2024. Consultado del 30 de septiembre de 2024. <https://canacine.org.mx/taquilla/>
- Carretero, A. (2004). La relevancia sociológica de lo imaginario en la cultura actual. *Nómadas: Critical Journal of Social and Juridicial Sciences*, 9, 1-9.
- Cruz Cortés, B. (2022). La casa en el imaginario cinematográfico. Una aproximación desde la mirada antropológica. *Cuicuilco, Revista de Ciencias Antropológicas*, 85, 239-262.
- García-Rodríguez, G. (2019). Aproximaciones al concepto de imaginario social. *Civilizar*, 19(37), 31-42. <https://doi.org/10.22518/usergioa/jour/ccsh/2019.2/a08>
- Instituto Federal de Telecomunicaciones. (2023, 5 de diciembre). Comunicado oficial del Instituto Federal de Telecomunicaciones [comunicado de prensa]. <https://acortar.link/7YqNoD>
- Lapoujade, M. N. (2016). Imaginario utópico en el cine para niños. *Ciencias Psicológicas*, 10(1), 97-105.
- Morin, E. (2001). *El cine o el hombre imaginario*. Paidós.
- Pardo, A. (2001). El cine como medio de comunicación social y la responsabilidad social del cineasta. En M. Codina (Ed.), *La ética desprotegida: ensayos sobre deontología de la comunicación* (pp. 117-141). Eunsa.

- Ramos, C. (1995). Los medios de comunicación, constructores de lo real. *Comunicar*, 5, 108-112. <https://doi.org/10.3916/C05-1995-20>
- Real Academia Española (2023). Imaginario. En *Diccionario de la lengua española*. Consultado el 19 de julio de 2024. <https://dle.rae.es/imaginario>
- Reyes V., J. C. (2012). La ciudad automática: imaginario urbano en el cine de ciencia ficción. *CIENCIA ergo sum*, 20(1), 53-60.
- Riffus, I. y Dittus, R. (2019). Imaginación y cine: la noción de anthropos desde la figura del espectador. *Comuni@ccion: Revista de Investigación en Comunicación y Desarrollo*, 10(2), 122-130. <https://doi.org/10.33595/2226-1478.10.2.384>
- Rivera-Betancur, J. (2008). El cine como golosina. Reflexiones sobre el consumo de cine en los jóvenes. *Palabra Clave*, 11(2), 311-325.
- Rosas, A. (2012). Públicos de cine en México. *Alteridades*, 22(44), 41-58.
- Sedeño-Valdellos, A. (2022). La mujer científica en el cine: representación y formas del imaginario cinematográfico. *Opción*, 38(29), 38-63.
- Trujillo, P., & Arbelaez, R. (2005). *Manual de gestión de salas de cine*. Ministerio de Cultura, República de Colombia.

RIA

Editorial

A quien corresponda P r e s e n t e.-

Ria Editorial fue creada por investigadores con el claro objetivo de compartir conocimiento científico en diferentes áreas del saber. Para hacer realidad esta tarea, publica trabajos en un sistema *Creative Commons* de investigación científicamente relevante y revisada por pares. Los miembros revisores respetan las directrices científicas de **Ria Editorial** y así garantizan la calidad en lo que se selecciona para su publicación. Los libros publicados por Ria Editorial están disponibles en su sitio web en la siguiente liga: <https://www.riaeditorial.com>

Con ello **hago constar** que se realizó una revisión científica por pares a los siguientes libros y capítulos:

- ✓ Capítulo.- “Tecnología, diseño digital y narrativa: experiencias en el proceso creativo y colaborativo de un hackathon en el que interactúan estudiantes universitarios” de las autoras Gloria Olivia Rodríguez-Garay, Martha Patricia Álvarez-Chávez y Silvia Husted Ramos, para el libro *Tecnológicas* (2024) coordinado por Gerson Luiz Martins, Gloria Olivia Rodríguez-Garay y Jacqueline Oyarce, pp. 15-36, ISBN 978-989-9220-22-5.
- ✓ Capítulo.- “Aproximaciones al estudio de la conformación del imaginario social en estudiantes universitarios: efectos de la exhibición y percepción cinematográfica” de los autores Erick Arenas Góngora y Gloria Olivia Rodríguez-Garay, para el libro *Narrativas da sétima arte* (2024) coordinado por Dorotea Bastos, Jerónimo Rivera y José Carlos Marques, pp. 159-186, ISBN 978-989-9220-17-1.

Quedo a sus órdenes.

Aveiro, Portugal, el 02 de diciembre de 2024.



RIA EDITORIAL
Luciana Renó
Directora Geral