

# INCLUSIÓN EN EL CINE, ¿PARA QUÉ Y PARA QUIÉN?

**Por: JENNY ACOSTA. 03/12/2022**

no de los resultados de la expansión de mercados, indispensable para la continuidad del capitalismo, es que el mercado mismo deba adaptarse a las necesidades y costumbres de la nueva región. Esta adaptación se da en ambas partes: las nuevas regiones que se están capitalizando cambian aspectos de su vida para adaptarse al mercado, y éste debe cambiar aspectos específicos de sí para poder adaptarse a las nuevas circunstancias. Así, por ejemplo, una gran cadena como McDonald's presenta opciones distintas dependiendo de cada país. La expansión de mercados no se da exclusivamente en mercancías que satisfacen las necesidades del estómago, es decir, las necesidades fisiológicas: comida, vestido, hogar, salud, etcétera; también abarca a las mercancías que satisfacen las necesidades "espirituales", como las películas o la música. Es en este último aspecto en que se profundizará la exposición.

Durante los últimos años ha habido una demanda creciente por parte de los sectores más excluidos por el mercado para que se les considere con mayor énfasis en la producción de los satisfactores de este tipo, por ejemplo, para que en las películas o series se traten problemas con los que se sientan identificados, así como una participación activa de gente "como ellas y ellos" en tales productos. Con estas peticiones se espera que el mercado se adapte mejor al público al que dirige sus productos; así, las películas no tratarán, por ejemplo, la vida de unas amigas que viven en la gran ciudad, cuyas preocupaciones mayores son encontrar a un hombre rico para casarse y vestir siempre a la moda, sino que hablen de la vida de una ama de casa que salió de su pueblo para mejorar las oportunidades suyas y de su familia. Estas peticiones persiguen la producción de una historia más real en la medida en que más personas puedan identificarse con tal personaje, pero no porque necesariamente haya una mejor historia. Acompañando esta búsqueda por historias para la mayoría, viene también la insistencia de protagonistas que representen fielmente tales historias, que hayan sido producto cercano de condiciones adversas, ya sea porque su color de piel no es el "deseado" por la gran pantalla o porque su extracto social es bajo y rompe con la norma de todo un árbol familiar relacionado desde siempre con la industria, en este caso cinematográfica.

En México, dos personas que han destacado por “romper” con la tendencia blanca del cine son Yalitza Aparicio y Tenoch Huerta. Las trayectorias de ambas son distintas: Yalitza hizo su aparición en las grandes producciones después de participar en Roma, de Cuarón, siendo ésta su primera película y el cese de su vida “normal” como maestra de preescolar; por su parte, Tenoch ha acaparado las portadas de los grandes medios tras su participación en el universo cinematográfico de Marvel como un villano. Estos dos casos han sido utilizados como ejemplos de avances en la representación de personas y problemas reales, que las y los mexicanos de a pie pueden participar en las grandes producciones y hacerlo perfecto, y según palabras de Tenoch Huerta, que “las películas con prietos también venden” (la película donde él participa recaudó 595 millones de dólares en los primeros diez días de su proyección).

La intención al hablar sobre este tema no es descalificar las actuaciones y el trabajo de personas como Yalitza y Tenoch, tampoco es la intención sostener que la petición de que las películas tengan como protagonistas a “personales normales” sea inútil; este escrito más bien pretende enfatizar otros puntos que no siempre son reconocidos en esta discusión. El primero es que este aumento en la representación de las y los “mexicanos prietos”, por usar las palabras de Tenoch, en el cine es producto de la adaptación que los grandes capitales del entretenimiento están haciendo para conectar con más público, es decir, para sacar más ganancias de cierto sector (en este caso las y los mexicanos promedio que se “identifican” con Tenoch y Yalitza). El segundo consiste en que ambos casos son una excepción a la norma, es decir, el que Tenoch haya sido llamado por Marvel o el que Yalitza haya sido nominada al Oscar como mejor actriz, no implican directamente un aumento en las oportunidades de las y los mexicanos que, como ella y él, trabajan en la industria del entretenimiento, y tampoco para las actrices y actores que, viniendo de los sectores con menores ingresos del país, buscan en la actuación un trabajo que mejore sus condiciones de vida. El tercer énfasis consiste en señalar que es importante no perder de vista que la representación de personas con ciertas características en la pantalla es, en realidad, una victoria poco sustanciosa para el sector de la población que se representa, pues si bien es cierto que se visibilizan ciertos aspectos de la sociedad que habían permanecido desconocidos, por voluntad de alguien o no, el orgullo, alegría o motivación que produzcan son pasajeros y el disfrute de lo que poco o mucho que se gane con tal representación será para unas poquísimas personas de ese sector.

Por último, es crucial señalar que los beneficios económicos, ya no culturales, de tal representación son para el gran capital, que ve que, como dice Tenoch, “los prietos también venden” y, agrego yo, también consumen, por lo que son un mercado del cual se puede extraer ganancias, pero para los grandes capitales. Del sector representado, a lo mucho, se beneficiará la actriz o actor en cuestión y su familia, mientras tanto, la clase social de donde viene se mantendrá en las mismas condiciones de pobreza. En este mismo sentido, el beneficio tampoco será en pro de una forma distinta de hacer cine, un cine no-mercancía, sino medio para la realización de las personas como personas, tanto quienes actúan como quienes observan. La representación en la gran pantalla no significa, en realidad, ningún beneficio para las clases excluidas en la medida en que se busque en un cine-mercancía; sin duda es importante que cualquiera que desee hacer de la actuación su profesión tenga la posibilidad de realizarse en ella, así como también es importante que las historias que se cuenten puedan conectar profundamente con la gente, pero mientras exista en los márgenes de un cine como mercancía, los pequeños logros que se puedan alcanzar en esta dirección serán siempre cooptados por el gran capital que hará de ellos una ganancia, que nunca repartirá con las y los excluidos.

---

Jenny Acosta es licenciada en filosofía por la UNAM e investigadora del Centro Mexicano de Estudios Económicos y Sociales.

[LEER EL ARTÍCULO ORIGINAL PULSANDO AQUÍ](#)

Fotografía: cemees

**Fecha de creación**

2022/12/03