



Casa abierta al tiempo

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA
Unidad Xochimilco

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA
UNIDAD XOCHIMILCO

DIVISIÓN DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES
LICENCIATURA EN SOCIOLOGÍA

MÓDULO XII “SOCIOLOGÍA Y SOCIEDAD”
TRIMESTRE LECTIVO: 22- I

ASESOR: ISIS SAAVEDRA LUNA

TRABAJO FINAL: NUEVAS PRACTICAS Y ESPACIOS EN EL CINE COMO
INDUSTRIA CULTURAL: EXHIBICION Y SERVICIOS DIGITALES EN LA
CIUDAD DE MEXICO (STREMIING Y ONLINE). 2009-2020

ALUMNO: CORDOVA PALACIOS JOSUE EDUARDO

MATRICULA: 2143054846

FECHA DE ENTREGA:

Introducción.....	3
Planteamiento del tema (Los medios audiovisuales y sus entornos culturales)	6
Justificación (El fenómeno social de la digitalización, en la industria del cine)	8
Objetivo general de la investigación.....	10
Objetivos específicos.....	10
Metodología de la investigación (Las diversas pantallas en el cine)	11
Capítulos:	
(1) Una perspectiva tecnológica en la exhibición del cine.....	15
(1.1) El streaming como un evento económico-histórico en México.....	19
(2) El Streaming y las nuevas formas de distribución.....	24
(2.1) Ramificación del público en el cine, dentro de las nuevas herramientas digitales.....	29
(3) Antropología del cine, el juicio del gusto dentro del cine vía digital expuesta por sus espectadores.....	35
(3.1) El entretenimiento digital, un desarrollo en los encuentros alternativos de cine y sociedad.....	42
Conclusiones.....	48
Anexos.....	52
Bibliografía.....	58

Agradezco la participación del coordinador de la plataforma de FilminLatino del Instituto Mexicano de Cinematografía. Javier Martínez Ramírez, así como a la entrevista otorgada por la Doctora en Humanidades Bianca Salles Pérez; además de las asesorías con la Profesora-investigadora en ciencias sociales Isis Saavedra Luna, quienes me ayudaron en construir esta investigación.

Introducción:

La cultura desde una visión sociológica, es entendida como, un conjunto de prácticas en donde se elaboran y comunican ciertos significados de la vida cotidiana, una dinámica de construcción social que ocurre en las relaciones de los sujetos. Actualmente los entornos culturales son condicionados por las estructuras sociales, consecuencia de acciones socioeconómicas que reproducen, transforman o crean nuevas formas de industrias culturales (Gómez, R. 2005, pág. 252).

El problema eje de la investigación, se centrará en la reflexión sobre el cine como industria cultural, se analiza como los nuevos servicios de exhibición y distribución, han construido fuertes lazos dentro del mercado digital del entretenimiento; lo que ha traído consigo que la población mexicana se muestre como un sector emergente, en su consumo, e interesándose en las industrias creativas y digitales del mañana. La transición de una sociedad industrial, a una cultura de la información global, facilitó el incremento de propagación de bienes culturales y simbólicos; las nuevas tecnologías han modificado y reestructurado las relaciones interdisciplinarias del campo de la comunicación social dadas en el cine.

Para una mejor comprensión de las industrias culturales es posible recordar el análisis que hicieron Theodor Adorno y Horckheimer, mencionan que in objetivo de las expresiones artísticas, donde ocurre una transformación para que estas pasen a ser mercancías de consumo; una razón instrumental que se impone en el deber ser del sujeto. De esta manera se crea, una cultura de las masas, donde se exteriorizan ciertas formas de expresión para que sean tomadas en cuenta como cualidades de una cultura cosificada, que desgraciadamente repercute a comportamientos de desideologización en la sociedad civil (Vidal, R. 2010, pág. 56). La diversificación, así como la multiplicidad en la industria cultural, ha desarrollado una serie de estrategias en la oferta y demanda de su consumo para el público. Autores como Davalos, mencionan cómo el vínculo de distribución dentro del *star system*, asoció los servicios de la industria cultural de manera indirecta a lazos afectivos o emotivos con las figuras o actores del espectáculo; la industria recae a una mercantilización en la cultura, exhibiéndola como un valor de cambio, en donde se buscan resultados para incrementar su funcionamiento (Davalos, F. 2008, pág. 12).

El cine tomado en cuenta como mercancía, posee una conformación asimétrica e inequitativa, debido a que se limita el acceso homogéneo en la observación de pantallas, describiéndola como “otros servicios”¹, de acuerdo a su desarrollo de producción y exhibición.

Frente a esto, se debe retomar que, “[...] El cine pone en marcha diversos aspectos simbólicos e imaginarios, la producción del imaginario colectivo no solo se reduce a reconocer un lenguaje mediante escenas, en realidad el cine se adentra hacia la capacidad primaria de imaginar para crear representaciones permanentes, detallada en una manera de vivir y de ser [...]” (Mercader, Y. 2012, pág. 2)

La imagen audiovisual que nos proporciona el cine, ayuda a describirlo como un espacio de expresión creativa, un instrumento ideológico y cultural el cual interfiere en las percepciones que el ser humano tiene sobre si y sobre su entorno.

El cine es un sistema que reproduce el movimiento en función de su momentaneidad, busca visualizar una impresión de continuidad; el cine es presentado a través de instantes privilegiados y estos llegan a ser involucrados como un arte industrial; por tal motivo la cámara es un medio técnico que condiciona al filme, hacia un mecanismo de arrastre en las imágenes (Deleuze, 1983, pag.18).

Hacer un análisis descriptivo sobre el cine, es el resultado de la revisión de una larga serie de trabajos científicos que buscan examinar los espectáculos de sombra y luz. Lecturas como las del Filósofo Edgar Morin, retoman el trabajo del cine como un espectáculo de luces mágicas; en épocas anteriores, algunas poblaciones de indonesia realizaban juegos de sombra y luz dentro de las cavernas de java. El cine como un nuevo invento, es preparado de acuerdo a su presupuesto para la formación de un laboratorio, en donde el enfoque de la imagen cultural se desempeñará para proyectar una idea, y así fomentar una expresión de entusiasmo (Morin, 1972, pág. 19)

El estudio del cine, depende del tipo de atención que le es otorgada a los filmes, su sensibilidad, debido a su materialidad fílmica. Integrándose al público de acuerdo a su profesión, sus ingresos, su condición o sus características socio profesionales.

¹ “La quinta edición del Manual de Balanza de Pagos (MBP) del Fondo Monetario Internacional, estableció una clasificación de tres grupos a el comercio transfronterizo de servicios: viajes, transporte y otros. El grupo de otros servicios, muestra un mayor dinamismo e incluye los ámbitos culturales y recreativos, así como los servicios audiovisuales.” (Martínez, J. Padilla, R. etc. pág. 8,9)

Lo que se manifiesta desde diversos estratos, según el punto de vista de cada grupo social, esto es la receptividad del cine. Algunos medios que intervienen en la construcción del cine son más comunes a toda una sociedad, otros pertenecen a un círculo más limitado, acorde a sus actitudes, sus modos de vida, sus rituales o símbolos (Sorlin, P. 1985, pág. 23). Los rasgos del cine lo han hecho parte de la historia del arte, debido a que involucra formas de pensamiento que actúan a partir de la percepción-observación de los individuos.

La imagen pasa por ciertos planteamientos que la convierten en una mercancía, procesos productivos, debido a que la cámara en el cine ofrece una conciencia formal y ética, que detalla un retrato estético y sonoro, teniendo como finalidad el producir emociones subjetivas al espectador. El lugar que ocupa el individuo frente al cine está relacionado con los mensajes susceptibles a su inconsciente; así como en la forma en que se observa una obra de arte emocional, la cual es construida y manifestada de acuerdo a sus relaciones sociales (Morin, 1972, pág. 16)

Planteamiento del tema (Los medios audiovisuales y sus entornos culturales).

En el caso de México la industria cinematográfica actualmente transita por un estado de oferta y demanda, que repercute en el ámbito cultural de las películas realizadas en nuestro país. Las organizaciones económicas que trabajan para la industria cinematográfica, contribuyen en acentuar una dinámica de expresión emocional, observada por y para el público. Estos escenarios de comunicación sociedad-individuo, impulsados para ser espacios de servicio disponibles, tienden a transmitir una perspectiva de economía del hábito, descrito por Bourdieu como un capital cultural, colocado en un determinado campo social (Guerra, E. 2010, pág. 391). Donde la exhibición y distribución del cine, logra ser administrada y dirigida bajo una lógica de capitalismo industrial. Estas descripciones de consumo, recaen en posiciones desiguales que influyen en la identidad de los espectadores.

Pierre Sorlin analiza el espectáculo del cine, al considerarlo un tejido de conocimientos e ideas que emiten juicios de valor, fomentando la exclusión e inclusión social. Sorlin trata de explicar que el lugar de los medios audiovisuales, para finales del siglo XX, repercute principalmente en la vida social de la población; ya que, en una sociedad de clases donde el trabajo de algunos es explotado por otros, las divisiones sociales son evidentes. La ideología o el discurso de la clase dominante, provoca conflictos o choques con las demás prácticas cotidianas de los diversos sectores sociales, éstas prácticas evolucionan cada día y son difíciles de describir. Tras el auge del capitalismo, se gestó a la par una transformación constante en la vida cotidiana de la sociedad, su mercado y mecanismos, lo que hizo que sobresaliera el trabajo técnico de los países industriales. Esto ayuda a que las grandes inversiones fueran primordiales para los intereses de las clases más fuertes, buscando imponer un comportamiento colectivo a los demás grupos sociales. (Sorlin, P. 1985, pag. 19)

En el caso de los lazos en la comunicación tecnológica, que se construyen dentro del internet a partir de las tecnologías digitales; estas han repercutido a conceptos como: tiempo, espacio y cultura, así como en las identidades de los actores. En consecuencia, las fuerzas sociales se han visto frente a nuevas formas de circulación cultural, y de producción artística, repercutiendo en diferencias en las expresiones colectivas, de acuerdo a su ámbito cultural².

² En opiniones recabadas por la Revista Newsweek México, del crítico de cine e investigador Arturo Aguilar, el formato de exhibición vertical podría quedarse para convivir con otros formatos,

La actual época digital y el ciberespacio, son trabajados como un territorio nuevo con un alcance ilimitado de espacio simbólico en las identidades colectivas, (Lago, S. 2012, pág. 139). Nuestros entornos de comunicación se han reforzado con la entrada del Internet, un cambio tecnosocial que se ha dado en las sociedades contemporáneas. Los que puede comprobarse con el uso de un nuevo vocabulario cotidiano, de palabras referentes al termino cultura digital, que tiene que ver con las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC), especialmente a él internet y la vida en el ciberespacio. La cultura digital en las sociedades contemporáneas implica vínculos de expansión a través del ciberespacio, como lo es la cultura online (Lago, S. 2012, pág. 124)

Retomando las ideas del sociologo Martel, en relación a la cultura de la información y el entretenimiento de las masas, estos temas son trabajados a partir de una estrategia multimedia³, respecto a la defensa de valores sociales y visiones del mundo, como lo son los contenidos de expresión social que ofrecen las industrias creativas. En este caso algunas manifestaciones del cine, promueven que sus contenidos culturales se adentren cada vez más en el entretenimiento u ocio; como consecuencia de los servicios y productos culturales que benefician a la cultura del mercado o del marketing; reafirmando así conductas que son producto de un capitalismo cultural contemporáneo. Se vive una batalla por la obtención de contenidos, que permiten hacer notar una identidad o absorberla, esto da como resultado la fuerte revolución social que manifiesta el internet (Martel, F. 2011, pág. 18)

los formatos verticales cuentan con la misma capacidad de adaptación que los otros formatos. El formato vertical otorga esa sensación de algo más real, esa misma sensación que da la cámara en mano con el documental. Con el formato vertical los celulares se han vuelto algo mucho más cotidiano, con nuevas estéticas hacia la sociedad. (Salazar, D. 2020 , 56).

³Multimedia: adj. Referente a la difusión de varios medios de comunicación, solos o combinados, como fotografías, imágenes, video y sonidos: con la finalidad de educar o entretener. Larousse. (2004). *Gran consultor practico, Lengua española/Compendio Enciclopédico.* (pág., 570)

Justificación (El fenómeno social de la digitalización, en la industria del cine).

Esta investigación se abordará de modo descriptivo, tratando de entender cómo es que, “una vez que el espectador queda hacia la contemplación de la pantalla en el cine, esta, se apropia de su espíritu referente a lo social, el sujeto queda alejado de sus preocupaciones consientes o inconscientes. Los fenómenos producidos por el cine, se convierten en una fuente de efervescencia emocional para y hacia el público” (Saavedra, L. 2006, pág. 122).

Se busca profundizar en reflexiones y cuestionamientos sobre la construcción de las industrias culturales, las que fomentan la exhibición del cine vía digital, diferenciando entre las exposiciones que son consecuentes de la implementación de programas en beneficio del modelo neoliberal en Latinoamérica y los que planean destacar características de una diversificación cultural nacional en sus exhibiciones fílmicas, ambas transmitidas en México. Las construcciones dentro de los espacios cinematográficos, provocan un cambio en la forma de hacer uso de la tecnología, creando y adaptando nuevas maneras de entender conceptos como: mercado, competencia, sociedad y cultura; así como nuevas maneras de ver el cine con novedosas prácticas como el “Streaming⁴”.

“El Streaming fue creado en 1995 en los Estados Unidos, una plataforma que permite transmitir un flujo constante de datos a un servidor, funciona almacenando una porción de la información mientras que reproduce lo que ya se ha descargado, facilitando el acceso a contenidos de video y audio con conexión a internet” (Rosas, A. Rio, M. 2019, pág. 290).

El modo en el que se desenvuelve la industria cultural conlleva a una deconstrucción simbólica e histórica del concepto mismo de cultura. “La cultura entra a significar algo en si misma, un valor que se tiene o mejor aún, que solo tienen o pueden aspirar a tener algunos. La cultura se interioriza, se subjetivista y se individualiza”. La cultura recae en la articulación de las practicas sociales, en los modos de vida cotidianos (Barbero, J. 1991, 89) Se requiera de un análisis epistémico en la construcción de ciertos juicios que nos permitan interrogarnos sobre las formas en que pensamos y lo que pensamos. La noción de

⁴ La primera patente que utilizó la palabra streaming fue en los años 20, cuando la empresa Muzak desarrolló una plataforma de música continua para negocios a principios de la década de 1920, sin que aun existiesen los ordenadores administrativos o programas informáticos. De: <https://economipedia.com/definiciones/streaming.html>.

epistemología es un discurso que hace comprensible las relaciones de poder y conocimiento entre grupos, a través de su validez discursiva, demostrando la distinción entre las ideologías y sus procesos sociales (Medina, P. 2013, pág. 155). Nos adentraremos en lo cultural e identitario del cine, ambos deben ser entendidos como formas de argumentación, concebirlas como espacios con límites y procesos dinámicos de recreación social e histórica (Medina, P. 2013, pág. 170)

Estudiaremos los fenómenos sociales de la globalización, las nociones de individualidad y movimiento, respecto a la nueva era en la información, donde la sociedad se ve enfrentada a ciertos dispositivos de poder; entre la ampliación de una identidad legitimadora o una identidad en resistencia⁵. Este discurso de identidad legitimadora y de resistencia, crea una cierta tensión entre las ideas de globalización y las locales. (Martínez, R. 2010, 52)

Hoy en día las tecnologías digitales son manejadas en el mercado como herramientas para el capital, se convierten en un campo de poder, de información, de socialización y de saber. Existe una nueva noción de las identidades colectivas, definidas por su contenido simbólico y cultural (Lago, S. 2012, pág. 139). Actualmente México ha aumentado su interés hacia el trabajo participativo con las industrias internacionales del entretenimiento vía internet, segmentando algunos discursos de identidad, ya que la cultura es considerada como uno de los motores estratégicos para el desarrollo económico. La mayor parte de los usuarios de internet ven contenido audiovisual durante su tiempo de navegación; el espectador participa cada vez más hacia las prácticas digitales, como medio de consumo de la industria cinematográfica (Reyes, J. 2018, pág. 133).

⁵ “*Identidad legitimadora: Es introducida por las instituciones dominantes de la sociedad, para extender y racionalizar su dominación frente a los actores sociales, un tema central en la teoría de la autoridad y la dominación (Sennett), e investigado además por las teorías del nacionalismo.

*Identidad en resistencia: es generada por aquellos actores que se encuentran en posiciones/condiciones devaluadas o estigmatizadas por la lógica de la dominación; por lo que construyen trincheras de resistencia y supervivencia basándose en principios diferentes u opuestos a los que impregnan las instituciones de la sociedad. La identidad en resistencia acompaña al surgimiento de las políticas de identidad (Calhoun)”.

Castells, Manuel. (2001). *La era de la información, economía, sociedad y cultura. El poder de la identidad*, Vol. 2, pág. 30. Siglo veintiuno editores, Coyoacán, México.

Objetivo general de la investigación:

Analizar la interacción que tiene el público en el cine vía digital, de acuerdo a concepciones teóricas sobre la exhibición como forma de consumo, un efecto sociológico.

Analizar las consecuencias de diversificar al público en grupos, de acuerdo a sus gustos.

Objetivos específicos

Las nuevas dinámicas para el acceso de ver películas, los estudios culturales, hacia los eventos online y lives.

¿Los festivales digitales transmitidos vía internet, diversifican la riqueza de los géneros fílmicos, además facilitan un mayor acceso hacia el cine independiente?

Metodología de la investigación. (Las diversas pantallas en el cine).

El presente trabajo de investigación, optará por hacer un análisis cualitativo, basado en un estudio descriptivo e interpretativo sobre el fenómeno social de la digitalización en la industria del cine. Donde la reproducción en streaming y online, da lugar a diferentes valorizaciones emocionales mediante los multimedios⁶, como fuente de comunicación entre el público y los filmes. El interés de esta investigación será las prácticas de observación del cine; debido a que, el streaming o el servicio en línea es una consecuencia de las nuevas tecnologías, su distribución y exhibición, que contribuyen en exponerlo como un producto audiovisual.

En la reciente publicación del 2020 en el Anuario Estadístico del Cine Mexicano, se obtuvo un registro de 23 plataformas digitales, que operan y se exhiben dentro de la república mexicana. Entre ellas se encuentran: Amazon Prime Video, Blim, Cinema Uno, Cinopolis Klic, Claro video, Eyelet, Filmin Latino, Filmoteca UNAM, FOX, Google Play, HBO Go, iTunes, La Casa del Cine TV, Microsoft, Mowis, MUBI, Netflix, Paramount Plus, Plataforma Cine, Pluto TV, Retina Latina, Tubi, Youtube. (IMCINE, 2020, pág. 200). Notoriamente las películas que se reproducen en estas plataformas no solo transmiten un género único de cine mexicano, así como tampoco es posible mencionar un solo público en particular que las consuma; sino que existen diversos productos de exhibición, para los espectadores. Atraves del público multimedia, se busca expandir la visión de las salas cinematográficas, consecuencia del cambio analógico a lo digital en el sector audiovisual. Una mayor interacción con el espectador, el cual decide cuándo, dónde y cómo realizar sus experiencias cinematográficas. Gracias a la digitalización se vuelven rentables las ventanas cinematográficas, donde los espectadores son considerados como un todo. (Domínguez, J. y Rosas, A. pág. 62).

⁶ Multimedia, adj. Es un término que se emplea en los sistemas u objetos informáticos, que se valen de diversos medios de comunicación para transmitir o presentar un tipo de información, a través de combinaciones como textos, imágenes, audios, entre otros. Esto es manejado por grupos empresariales que integran uno o varios medios de comunicación. "Enciclopedia ESPASA" (Volumen 7, pág. 2259). Impreso en España. Editorial: Espasa Calpe, S. A.

El análisis empírico de nuestra investigación, recaerán en, la interacción que tiene el público en el cine vía digital, de acuerdo a concepciones teóricas sobre el exhibicionismo, como forma de consumo y como un efecto sociológico; que produce diluir al público en diversos grupos, consecuencia de su juicio del gusto.

Los planteamientos se moverán entre dos contextos; aquellos que le otorgan un poder vertical para los públicos, y en segundo lugar a aquellos que reconocen el vincularse a un margen de negociación con los consumidores. Abordando descripciones hacia la pantalla, reconocerla como un instrumento que condiciona a la sociedad; el cine funge en desempeñar diversos papeles: a) como conformador de la identidad nacional, b) funciona como socializador informal, educador masivo, c) como un instrumento de modernización, un agente secularizador (Rosas, A. 2012, 43).

“El acceso transmedia, reconfigura la experiencia cinematográfica, las practicas audiovisuales de su público. Los públicos no nacen como tales: se forman y transforman permanentemente por la acción de los medios, por las proyecciones que se dan en los diferentes espacios” (Rosas, A. 2012, 309). Por ello, debe entenderse que ser público, no solo es una mera actividad; es, además, un modo de existencia de los sujetos, que se entrecruza con otros. Las transformaciones del público, son consecuencia de la comercialización de los escenarios culturales, como lo es el cine (Rosas, A. (2012, 41) Adentrándonos hacia el roll del público también indagaremos, ¿de qué manera ha influido el imaginario colectivo de la identidad nacional, construida en los géneros fílmicos y por las nuevas pantallas digitales, en los espectadores? El público, concebido como una totalidad social, nos ayudará a comprender cómo, mediante la exhibición en los festivales digitales transmitidos vía internet diversifican la riqueza de los géneros fílmicos a sus espectadores, facilitando un mayor acceso hacia el cine independiente

De entre estas diferentes plataformas que se reproducen en la república mexicana, nos adentraremos en investigar las nuevas propuestas que realiza FilminLatino, apoyada por el Instituto Mexicano de Cinematografía (IMCINE). Se realizará una entrevista de investigación al coordinador de la plataforma Javier Martínez Ramírez. En la cual exponga como la digitalización abre nuevas modalidades de comunicación con los demás internautas, intercambiando opiniones personales acerca del contenido cinematográfico de la plataforma; en donde esta aplicación busca generar un discurso de contenido nacional emergente.

FilminLatino surgió en el 2015, como una alianza entre el Instituto Mexicano de Cinematografía con la empresa española Filmin, quien proporciono medios e inversiones tecnológicas, para la plataforma. Cuenta con 3 formas de acceder a sus contenidos, ya sea por suscripción, de manera gratuita (gratis MX) o por transacción (Rosas, A. Rio, M. 2019, pág. 302). La oferta del cine mexicano dentro de las plataformas comerciales es muy reducida y muestra muy poco de sus producciones independientes recientes. FilminLatino es una de las plataformas que llega a obtener una mayor relevancia hacia la exhibición de películas mexicanas, esta plataforma busca una alternativa hacia la divulgación del cine mexicano. Otro de sus aportes ha sido la digitalización de antiguas películas nacionales, como preservación del patrimonio cinematográfico. (Rosas, A. Rio, M. 2019, pág. 305)

Por tal motivo, el cine se analizará desde un discurso sociológico y antropológico, ya que, dentro de las construcciones de la diversidad social, el cine es un medio de expresión de cognición cultural⁷ (Martínez, R. 2010, pág. 24). Sus descripciones, lo proponen como un espacio de interacción social, que fortalece identidades. El cine como caso de estudio, ayuda a la descripción de teorías ideológicas, como serian la identidad, los símbolos o la nación; por lo tanto, las manifestaciones culturales colaboran con los procesos de modernización, dentro del ambiente social de las ciudades (Martínez, R. 2010, pág. 80) Retomando estos discursos de análisis, también tomaremos en cuenta la participación de la Investigadora Binca Salles Pires; ya que mediante sus estudios sobre los festivales de cine, busca compartir los cambios hacia las maneras de comprender los contenidos fílmicos. En este caso, nos adentraremos en un dialogo sobre los festivales vía online o transmitidos vía streaming, los cuales posibilitan que las programaciones sean vistas en todo el país e incluso hacia el exterior; de esta manera, las obras independientes pueden alcanzar otras latitudes y ser apreciadas por nuevos públicos (Salles, B. 2021, 147).

También estudiaremos la interacción que ha presentado el público, hacia las transmisiones fílmicas vía internet; mediante una encuesta de estudio cuanti y cualitativa, enfocada en

⁷ La cognición es una definición perteneciente al área de la psicología, se relaciona con el estudio y funcionamiento de la mente del individuo, sus percepciones sensoriales y sus conocimientos. Las expresiones cognitivas culturales, son definidas por las decisiones de actividades a nivel individual o colectivo. (Zapata, G; Canet, M. *La cognición del individuo: reflexiones sobre sus procesos e influencia en la organización*. Espacio Abierto, vol. 18, núm. 2, 2009, pp. 235-256 Universidad del Zulia, Venezuela)

comprender como los géneros fílmicos llegan a ser vinculados con las tradiciones culturales en un sector popular, como lo es la metrópoli de la Ciudad de México. Puesto que entonces, “desde el punto de vista de estudio social, resulta significativo analizar aquellos géneros fílmicos que contribuyen a la construcción de culturas e identidades en los grupos sociales; como un acercamiento al mundo de las imágenes cinematográficas” (De la Peña, 2014 pág.26).

Es importante considerar la dimensión socioespacial de las prácticas culturales, como es el caso de este trabajo que se centra en la divulgación del cine nacional, de parte del Gobierno Mexicano; ya que estos estudios contribuyen a entender la dinámica de los públicos, definidos como agentes de la industria cinematográfica de acuerdo a sus características socioculturales (Ochoa, C. Sandoval, D. Sosa, E. 2019, pág. 246). Actualmente los medios de comunicación y observación en internet, compiten por un discurso homogéneo en las expresiones culturales, influyendo fuertemente en las exhibiciones del cine.

Nos adentraremos en analizar y llegar a comprender los estereotipos culturales; cómo a través del cine se representan relaciones de autoridad, conflictos socioculturales y modos de vida cotidianos, exteriorizados mediante el lenguaje del imaginario fílmico. Sin embargo, estas relaciones de información y comunicación, llegan a justificar una superioridad ética y moral en el individuo, frente a otras formas de ámbito cultural. (De la Peña, 2014, pág. 34)

(1) Una perspectiva tecnológica en la exhibición del cine.

Cultura y globalización son palabras importantes, ya que una es relevante para la otra. La globalización es una condición del mundo moderno, ayuda a tener una comunicación social más compleja; esta se relaciona con la red de interconexiones e interdependencias de la vida social, reforzando entre la población una noción de conectividad (Tomlinson, J. 2001, 2). El aumento de la globalización, acompañado con las nuevas tecnologías, ha dado un fuerte adelanto en la distribución y exhibición de la industria cinematográfica mexicana (Martínez, J. Padilla, R. Schatan, C. Vega, V. 2010, 27), Globalización, cultura e identidad; son términos que se involucran dentro de la cotidianidad social. Ya que, a través de la globalización y con ayuda de los medios masivos de información, algunas cualidades singulares de la población, son fomentadas por proyectos económicos y exhibidas para el público. Internándonos en los análisis del cine, visto como un medio masivo de información, demuestra expresar en sus escenas un discurso teórico que responde en crear una identidad apreciada por su observador. (Martínez, R. 2010, 57). Mediante estas descripciones entendemos que, la percepción del cine en la modernidad, ayuda a que lo visual sea comprendido como una forma de comunicación, fomentada por el discurso artístico y sus diferentes tendencias fílmicas (Martínez, R. 2010, 95). La noción del cine, es empleada para la producción y percepción de mensajes, con la ayuda de indicaciones verbales como: relatos, descripciones, explicaciones; y a través de imágenes. En una sociedad como la nuestra, la palabra “*cine*” es de un uso cotidiano, la mayor parte de definiciones que se dan bajo la noción de cine, pertenecen a una descripción común casi interclasista. (Pierre, S. 1985, 28). El cine influye de manera insidiosa y profunda en la formación social. Los espectadores llegan a ser sensibles a cada una de las imágenes y pasajes distintos, dentro del filme, experimentando sentimientos de atracción o rechazo; una reacción de casi todos los espectadores y a nivel global. Como lo retomaría Pierre, la reacción física hacia los espectáculos, muestra simpatía o antipatía ante los personajes, la recepción dada a un filme es gobernada por reacciones fundamentalmente afectivas. Pierre menciona, que estas condiciones socio afectivas en la observación del filme, para que no dominen por completo a su público se necesitan ser aceptadas, sin duda, ser analizadas y tenerlas en cuenta como un lugar de convivencia visual, sonora y sensitiva, en nuestra cultura. (Pierre, S. 1985, 32)

Adentrándonos a análisis de la cinematográfica mexicana; se debe comprender que las industrias culturales, repercuten en dar forma a un sistema en cuyo interior existe una industria matriz, centro o núcleo dinámico, que rige, determina o condiciona el desarrollo de las demás (Dávalos, F. 2008, 169). Gracias a su producción masiva y seriada, su reproducción, preservación, difusión de mensajes, así como a sus símbolos expresados por los criterios industriales y comerciales (Dávalos, F. 2008, 168).

Estos estudios hacia las industrias culturales, buscan comprender el cine, como un espacio sociopolítico, una estrategia orgánica de la cultura. Sus agentes de construcción son las instituciones e intelectuales, los cuales ayudan a legitimar el imaginario visual construido en los filmes. El cine como una representación identitaria, delimita las fronteras en las conductas de los grupos sociales. (Martínez, R. 2010, 20). Es por ello que las circunstancias económicas en Latinoamérica, ponen como objeto de estudio la teoría de la dependencia⁸, frente a los imperialismos culturales y sus avances monopólicos. Ya que, la cultura como empresa multinacional, desempeña un papel geoestratégico, que recae en los aspectos históricos de las teorías de la comunicación⁹. (Martínez, R. 2010, 61).

⁸ La teoría de la dependencia surgió en América Latina, en los años sesenta y setenta. Distingue el centro de la periferia y la semiperiferia, enfatizando el rol hegemónico de las economías centrales dentro de la organización del sistema capitalista. Sostiene los siguientes postulados.

° El subdesarrollo está directamente ligado a la expansión de los países industrializados.

° Desarrollo y subdesarrollo, son dos aspectos diferentes, pero del mismo proceso.

° El subdesarrollo no es una etapa o un proceso gradual hacia el desarrollo, ni una precondition; si no que es una condición en si misma.

° La dependencia no se limita solo a relaciones entre países, crea estructuras internas en las sociedades.

Spicker, P. Alvarez, S. Gordon, D. (2009). Teoría de la dependencia. *En: Pobreza, un glosario internacional*. (pág. 279-281). Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales (CLACSO). Buenos Aires, Argentina.

⁹ “En términos de la comunicación, los estudios de John Dewey, se guían hacia un enfoque de la filosofía pragmática(funcional), donde se busca la resolución del dilema sobre el hecho de que el ser humano vive en un doble mundo (material y simbólico), estos dos mundos se reconcilian en lo que Dewey llama, la experiencia. En su libro *El público y sus problemas*, se discute, como la población vive dentro de una comunidad, en razón de las cosas que se tienen en común, y la comunidad es la que transmite la manera en que se vive las cosas en común. Ya que la comunicación permite compartir los objetos y artes apreciadas por un grupo”.

González, D. (2011). El público y sus problemas. John Dewey en los estudios de la comunicación. *En: Primer Revista Electrónica en América Latina, Especializada en Comunicación*, núm. 75, febrero-abril. <https://www.researchgate.net/publication/277270669>

Es a través de estos cambios tecnológicos y económicos, se accede cada vez y con mayor interés a una sociedad red, globalizada e interconectada, El cine en términos de producción y consumo (en el mercado crossmedia¹⁰), se vuelve un código dentro de las redes de información y comunicación; ya que, las películas son presentadas más allá del celuloide, las películas son expuestas más allá de las salas y las salas de cine presentan una mutación en el espacio de coexistencia con el espectador. (Morales, K. Morales S, etc. 2019, 21). “Las nuevas tecnologías informáticas han provocado el surgimiento de nuevas modalidades de experiencia en lo social, hacia un imaginario tecno cultural activo, creativo y que es capaz de abrir nuevos espacios/tiempos, dentro de una nueva era de lo sensible” (Medina, C. 2016, 130)

En una creciente época de modernización, las compañías de distribución del cine han cambiado sus ventanas de comercialización hacia el internet; estas nuevas formas de exhibición también se han visto influenciadas por la competencia y las oportunidades con las que cuentan distintas empresas a nivel mundial. (Martínez, J. Padilla, R. Schatan, C. Vega, V. 2010, 38). La proliferación de ventanas y medios digitales, propician la creación de mercados competitivos, para públicos con perfiles específicos. Proponiendo así la globalización de contenidos, hacia la construcción del cine como contenido audiovisual desde el ámbito del interés público. Las nuevas tecnologías han establecido un interés por los ámbitos local, regional, nacional e internacional (Domínguez, D. 2012, 345).

“[...] La digitalización del cine debe ser entendida como parte esencial de la digitalización de la sociedad. Esto es acompañado por una política hacia las obras audiovisuales en la era digital, implica retos como establecer nuevos pactos sociales a nivel global, en forma de red y con políticas como las brechas digitales, la educativa y la cultural, entre otras.” (Domínguez, D. 2012, 341).

Los análisis hacia el posicionamiento del cine mexicano ante las redes digitales, deben ser definidos bajo el paradigma digital, tanto por su perfil cultural, como por su origen comercial,

¹⁰ “Cross-media se refiere a experiencias integradas a través de múltiples medios que incluyen Internet, vídeos, televisión, dispositivos móviles, DVD, prensa y radio. La incorporación de nuevos medios, implica niveles más altos de interactividad en la audiencia. Supone una experiencia que se encuentra viendo una película, introduciéndonos en una novela, jugando a un juego, dando un paseo, etc. No se trata de la adaptación del mismo relato a diversos soportes, sino que cada uno de ellos aportará información para la construcción de un relato unitario”
Costa Sánchez, C., Piñero Otero, T. (2012). Nuevas narrativas audiovisuales: multiplataforma, crossmedia y transmedia. El caso de Águila Roja (RTVE). *En: Revista ICONO 14. Revista Científica De Comunicación Y Tecnologías Emergentes*. Vol. 10 Núm. 2. Pág. 102-125.

esto fomentaría una democratización de los medios audiovisuales (*IBIDEM*, 2012, 341). La sustitución del mercado físico al mercado online, representa una opción que busca ser expandida a través de los medios de comunicación. Y es, mediante esta nueva forma de distribución, que se opta por trabajar y fomentar los géneros del cine independiente (*IBIDEM*, 2012, 371).

(1.1) El streaming como un evento económico-histórico en México.

La globalización ha traído consigo nuevas tecnologías y mercados comerciales dinámicos, en donde las sociedades contemporáneas enfrentan un mundo de flujos financieros, volátiles y virtuales (Martínez, R. 2010, 23). En nuestra época actual, lo que abarca finales del siglo XX y principios del XXI, se comienza a construir una estructura en la industria cinematográfica en México acompañada de políticas de corte privado, alejadas de la participación y administración del Estado; provocando cierta disminución del financiamiento gubernamental para la elaboración y exhibición de proyectos nacionales (Gómez, R. 2005, pág. 260). Recapitulando sexenios del pasado, para así entender como las políticas del gobierno se han involucrado en el mercado mundial, partiremos del gobierno del presidente, Carlos Salinas de Gortari (1988.1994), quien, en su sexenio, dirigió económicamente una parte importante de las empresas cinematográficas, con el fin de que resulten realmente productivas y no representen una carga excesiva para el Estado (Saavedra Luna. 2007, 78). Este fue un acontecimiento donde el país entraba hacia el primer mundo, el reto para los nuevos cineastas era recuperar al público de clase media, para que el cine nacional volviera a ser competitivo en foros internacionales¹¹ (Saavedra Luna. 2007, 86)

Influenciado bajo el neoliberalismo; el cine pasa a ubicarse como una mercancía de comercio. La industria cinematográfica nacional responde, a un proyecto de estructura urbana con una ilusión modernizadora: fundamentando un autoritarismo tolerable dentro de los comercios libres entre Gobiernos. Estos procesos de industrialización, ante la sociedad, propusieron expresar un imaginario de la población metropolitana, bajo estándares mercantilistas, recayendo hacia la percepción de un individualismo liberal (Saavedra Luna, Avalos Tenorio, 2012, 274)

El plan de reestructuración hacia la industria cinematográfica que se dio mediante un sistema de créditos¹² en México siguió un proceso muy amplio y profundo, cambiando la

¹¹ El cine mexicano de los años 80 y hasta la época de los años 90 del siglo pasado, se consolidó mediante un público popular a través de un cine de albures o sexy comedias, considerando al cine parte de la canasta básica debido a su bajo precio para su exhibición. Para el 2013 se retoma este modelo comercial de comedia, además de subgéneros como la comedia romántica, para así lograr acaparar una mayor atención de los espectadores (Domínguez, J. y Rosas, A. 2019, pág. 46).

¹² Barrera, J. (1987). Estructura del Banco Nacional Cinematográfico y su funcionamiento en el periodo 1970-1976. (Tesis para obtener el grado de: Licenciado en Ciencias Sociales de la Comunicación). Universidad Nacional Autónoma de México.

organización de la industria, como es el caso del Banco Nacional Cinematográfico¹³, La relación entre el público y el cine mexicano tuvo ciertos desgarros, debido a la dinámica mercantilista que se dio en su distribución y exhibición, esto generó poca empatía entre el espectador y los contenidos de las películas. Se debe retomar que el cine produce imaginarios y valores simbólicos en una sociedad, esto es un factor determinante para la identidad, de acuerdo a la condición económica del espectador; si este, no contara con un medio económico que le brinde acceso a su exhibición, puede sentirse excluido de la observación hacia el cine mexicano (Saavedra, L. Avalos, G. 2012, 275). Conforme fueron avanzando los sexenios en México, las políticas de ajuste estructural no solo se guiaron hacia una liberalización de la economía; si no que estas apostaron, por una transformación radical en las instituciones políticas, sociales y culturales (Saavedra, L. Avalos, G. 2012, 281).

Fue entonces que, “en 1983, por decreto presidencial, se crea el Instituto Mexicano de Cinematografía (IMCINE), con la finalidad de apoyar a la industria fílmica a través de la producción, promoción, distribución, difusión y divulgación del cine mexicano. El IMCINE es un organismo público, que busca impulsar el desarrollo del cine nacional” (Secretaría de Cultura, 2019). Pese a la retención nacional que ocurre por acciones del neoliberalismo, la promoción de nuestro país al libre mercado internacional por algunas posturas de partidos políticos, implicó insertar los productos comunicativos; como el cine, a ser administrados como una mercancía más, sin un sentido humanista ni de interés social. Ya para la entrada de los años 90’s, se decidió desregular el cine, el gobierno mexicano actuó de modo inmediato y empezó a reestructurar las leyes, posibilitando la entrada del TLC, como lo fueron La ley Federal de Derechos de Autor y La Ley de Cinematografía (Saavedra Luna. 2007, 62). “La Ley Federal de Cinematografía, fue elaborada de manera apresurada para favorecer a los sectores de la distribución y exhibición hacia las demandas estadounidenses; dicha ley fue aprobada además para facilitar la firma del Tratado de Libre Comercio” (Saavedra Luna. 2007, 66). Desgraciadamente el modelo neoliberal o los acuerdos del Tratado de Libre Comercio de América del Norte, no optaron por apoyar y garantizar los intereses nacionales. Junto a esto, el desplome económico a finales de 1994,

¹³ El Banco Cinematográfico, fue creado gracias a fondos económicos de parte del Banco de México en 1942, para dar un mayor respaldo a las iniciativas capitales las cuales consideran al cine como una actividad social fuerte. Sin embargo, el devenir de la industria cinematográfica mexicana, se ha gestado desde la entrada a los procesos de globalización (Saavedra Luna. 2007, 17)

afecto severamente los sectores de la cinematografía provocando un aumento en sus costos de producción y exhibición, muchos proyectos nacionales se pospusieron o definitivamente quedaron inconclusos. (Davalos, F. 2008,.149,)¹⁴.

El valor del cine como medio de comunicación, contribuye al fortalecimiento de la identidad nacional, así como a los aspectos históricos y las situaciones locales del país. Tras la firma del tratado (TLCAN), las producciones del cine dieron un nuevo enfoque, centrándose en los mecanismos del mercado para dejar aparte la participación del Estado (Carmona, C. Sánchez, C. 2012, 314). Para el 2001, ya con el gobierno de Fox, se buscó un nuevo reglamento hacia la Ley Federal de Cinematografía, donde la comunidad del cine acepto los vínculos de trabajo con el IMCINE. Se otorgaron así, escasos recursos de parte del gobierno para el cine, tanto para su producción, promoción y distribución. Fuera del Imcine no existía alguna otra institución que expusiera el fomento a la actividad económica del cine (Sánchez Ruiz. 2012, 303)

Para promover la industria cinematográfica, el Imcine propuso fortalecer las políticas públicas hacia nuevos mecanismos y estrategias de financiamiento.

“Se propusieron crear: el Fondo para la Producción Cinematográfica de Calidad (Foprocine, creado en 1997), el Fondo de Inversión y Estímulos al Cine (Fidecine, en 2001) y en el 2006 se creó el Programa de Estímulo Fiscal a Proyectos de Inversión en la Producción Cinematográfica Nacional (Eficine 226)” (Carmona, C. Sánchez, C. 2012, 315).

De esta manera la comunidad cinematográfica busco una negociación política. entre los gobiernos en curso y los principales grupos de interés. Ya que, el estado mexicano tiene la obligación de preservar y desarrollar el cine nacional, para fortalecer la defensa en su expresión artística y proteja esta fuente de empleo que emerge en el país; sin una política de protección y fomento, no se puede producir cine en México. Es por ello que el Imcine busca estrategias políticas de apoyo y estímulos económicos hacia sus instituciones como Foprocine, Fidecine, Eficine Eprocine. Las cuales han sido la clave para incrementar el número de películas apoyadas por el Estado. (Carmona, C. Sánchez, C. 2012, 333) Proponiendo tras de sí, articular políticas públicas incluyentes, donde los intereses de unos

¹⁴ Durante este mismo periodo, la comunidad fílmica busco organizarse para expresar sus demandas y proponer salidas a la problemática, mediante foros-debates como: “Los Cineastas Toman la Palabra” (1995), “Cruzada Nacional en Defensa del Cine Mexicano: Los Cineastas en Acción” (1995), la marcha-mitin “Mátame porque me muerdo: ¿Quién asesino el cine mexicano?”, “Los que no somos Hollywood”, todos estos foros propusieron acciones para rescatar el cine mexicano. Gracias a estas participaciones la dirección de Cinematografía paso a depender de recursos económicos, de parte del CONACULTA (SEP). (Davalos, F. 2008. 151).

vayan de la mano con los de otros, una comunicación transversal que demuestre la opinión del público (espectador).

Tratados internacionales como ahora el T-MEC, siguen persistiendo en ser de absoluta desventaja para el cine nacional, al dar prioridad a los intereses hollywoodenses, que repercuten en los imaginarios colectivos y en la formación de identidades; lo que ha orillado al cine nacional a un consumo cada vez más marginal haciéndolo de difícil acceso para el público (Anuario, 2020, 138). Estos proyectos provenientes del modelo neoliberal e implementados en Latinoamérica, han influenciado un cambio en la economía, debido a las nuevas creaciones tecnológicas, las cuales provocan una transición sobre las maneras de entender palabras como industria, economía, mercado, competencia, sociedad y cultura; y conforme a estos conceptos, se dirigió así un diferente modo de exhibición, en la industria cinematográfica (Reyes, J. 2018, 120). Hoy en día la recepción y exhibición del cine puede ser obtenida bajo múltiples pantallas disponibles para los espectadores, es así como se generan nuevas relaciones entre el público y la industria cinematográfica¹⁵.

“Los proyectos como la exhibición en streaming, han modificado las prácticas de ver cine y es por ello que las propuestas culturales nacionales deben ser protegidas para una mayor construcción en la identidad nacional, como lo es el patrimonio de las industrias culturales cinematográficas, que contribuyen al incremento del producto interno bruto y a la economía del Estado-Nación” (Reyes, J. 2018, 132).

Cabe mencionar que algunos análisis de estudio, como los mencionados por Saavedra Luna dan a conocer que en tratados internacionales algunos países, como la industria cultural del gobierno canadiense, busca preservar una identidad de sus valores nacionales frente a otros países, los cuales optan por fomentar los rasgos culturales como un negocio, recayendo las participaciones del cine hacia el beneficio de la industria del entretenimiento (Saavedra Luna, 2006, pág. 112). Estudios como estos nos ayudan a considerar, como las políticas nacionales e internacionales, repercuten en la reproducción de un choque entre civilizaciones, de acuerdo a sus valores morales, su identidad y su cultura, frente al resto del mundo; estos

¹⁵ Como fuentes de apoyo para esta reflexión de los espacios Cinematográficos, un estudio de parte de la secretaria de Cultura y Procine, busco analizar las transformaciones del cine mexicano en sus nuevos espacios interconectados que ocurren dentro de una metrópoli urbana, como lo es la ciudad de México. Este estudio de población en la metrópoli identifiqué al cine mexicano a partir de elementos de identidad en el país; describiendo que las películas mexicanas son: habladas en español, que en ellas actúan actores y actrices mexicanos y su exhibición busca resaltar referencias de la cultura nacional. Sin embargo, Procine concluyó que esta clasificación es limitada frente a la riqueza y diversidad de la producción del cine mexicano (Ochoa, C. Sandoval, D. Sosa E. pág. 209).

planteamientos de la cultura de las masas que enfrenta la producción del cine, influyen en los asuntos sociales e internacionales, expuestos bajo las condiciones de la globalización mundial. La política cinematográfica nacional, enfrenta desafíos frente a la convergencia tecnológica, donde la cultura adquiere un papel relevante. La transición a una comunicación a través de lo digital, pone en discurso de análisis, el adentrarnos en indagar el lugar que ocupan las políticas audiovisuales y cinematográficas en México, frente a lo global (Domínguez Domingo, 2012, 340).

(2) El Streaming y las nuevas formas de distribución

Pero, ¿qué es el streaming?

El streaming es una tecnología que permite la distribución continuamente e ininterrumpida de material audiovisual digital; para reproducir el contenido de forma continua sin tener que esperar a que el archivo se descargue completamente. El streaming funciona como un búfer de datos, una memoria, que retiene información parcial y temporalmente para su reproducción inmediata. La distribución digital, ha modificado las prácticas de acceso en la exhibición de películas, los modelos económicos de la industria cinematográfica son trasladados cada vez más a una cultura ondemand (bajo demanda) (Reyes, J. 2018, 137)

Estos desarrollos económicos en Latinoamérica, la reproducción bajo demanda, también son producto de la convergencia hacia la masificación en los medios de comunicación, ya que se ha intervenido económicamente a mercantilizar los gustos del público y la audiencia.

Por tal motivo, reflexionar sobre el cine, sobre el arte, los géneros y artistas en su íntima relación con la sociedad y su política, en la actualidad trae consigo a adentrarse en una época de reproductividad técnica¹⁶, acompañada con las actuales tecnologías digitales, las redes informáticas, las telecomunicaciones y los lenguajes audiovisuales. En algunas ideas de investigadores europeos, expresan que los medios de comunicación se encuentran bajo un imaginario colectivo de la sociedad global hipermoderna, donde la población es insertada cada vez más hacia discursos de hiperreproductibilidad (Lipovestky, 2009). Estas son concepciones tiránicas hacia los medios de comunicación dentro de la sociedad, algunas otras como las de Althusser, dan a expresar que los medios deben ser comprendidos socialmente como aparatos ideológicos que buscan perpetuar el Estado; o de acuerdo a ideas de Gramsci comprenderlos únicamente, como aparatos hegemónicos del Estado (Martínez, R. 2010. 23).

Al hablar de las contribuciones comunicativas que tienen las plataformas digitales, debemos mencionar que se ha diversificado la manera de llegar a ellas, modificando la noción del cinéfilo. Nuevos espacios, nuevas modalidades y dispositivos, a través de los cuales se

¹⁶ Walter Benjamín considera, que el concepto mismo de arte para su época, se encuentra en plena transformación, piensa que estos cambios radicales en la consistencia misma del arte, tienen que ver con el referente de la técnica. El arte se encuentra en una plena metamorfosis, hacia un valor para su exhibición. La obra vale como un factor de testigo o documento vivo, desata una experiencia; una experiencia estética de belleza que es enfocada hacia una objetividad de culto, propia y específica, se le da un valor hacia la exhibición.

Walter, B. (2003). Introducción: Arte y Utopía. En: *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*. Editorial: Ítaca. Impreso en México.

observa el cine; haciéndose presente la posibilidad de ver películas en internet, debido a la reciente experiencia de las plataformas digitales. Algunas plataformas del cine buscan ciertas estrategias en sus contenidos, para un mayor desarrollo comercial. Donde su forma de distribución y producción den lugar a nuevos discursos, en el consumo cultural del cine, para los agentes que en ella participan; su público el cual accede hacia distintos procesos creativos dentro de la digitalización, (Domínguez, D. 2012, 341).

De acuerdo con datos del IMCINE, en años recientes operaron en el país 16 plataformas digitales. En donde la mayor parte de sus suscriptores se encuentran registrados dentro de la Ciudad de México y su área metropolitana. Está reciente forma en la que circulan las películas mexicanas y las prácticas de los habitantes de la ciudad, entretejen un mosaico hacia los diversos accesos cinematográficos. (Domínguez, J. y Rosas, A. 2019. 66)

Los nuevos mercados de exhibición, en las plataformas digitales han sido construidos (en México) según sus características, entre plataformas transnacionales y no transnacionales. Las plataformas facilitan el análisis y el uso de datos, para ser recopilados por sectores económicamente fuertes. Teniendo efecto sobre aspectos de negocios y contribuyendo a la fijación de precios (OECD, 2018,10). Esta economía de datos, los datos masivos siguen siendo activos fuertes, y se encuentran en la red de internet y en los perfiles de plataforma de los usuarios. Estos datos llegan a ser así un mercado en sí mismo, dirigido hacia el crecimiento de compañías, gracias a que se especializan en recabar y proporcionar análisis de datos, algunas, dentro de su empresa; siendo este el medio por el cual, muchas plataformas digitales obtienen ganancias sobre la competencia del mercado. (OECD, 2018,11). Este paradigma digital, interfiere cada vez más en los objetivos de la globalización, donde las plataformas más comerciales han trabajado en elaborar sus propios productos (llamados originals), estas series o películas se venden a espectadores de todo el planeta, pero los gustos no son los mismos en cada país; buscando un enfoque de integración hacia la individualización y la peculiaridad cultural de la región (Guillot. E, 2021, 82).

Los espectadores modernos, han crecido bajo una cultura absolutamente audiovisual, rodeados de imágenes y pantallas. Esto provoca que las plataformas digitales trabajen mediáticamente, para convertirse así en nuevas productoras, capaces de influir en la calidad de los contenidos que se exhiben, a través del estudio de su audiencia y de los gustos del espectador, beneficiándose económicamente, convirtiéndose en nuevas creadoras

independientes, entre ellas están Netflix, HBO, Disneyplus, etc. Estas plataformas han trabajado para ser industrias económicamente fuertes, ser majors (Sánchez de la Nieta, A. 2021, 93). La difusión de contenido con atractivo local, requiere de un conocimiento sofisticado, acerca de lo que quieren ver las audiencias locales; de esta forma, los algoritmos pueden dar una ventaja acerca de los datos y gustos por los usuarios. Los algoritmos ofrecen posibilidades de un mercado regulado por los programadores y sus productores (Cornelio-Marí, E. M. 2020, 13). El uso de los algoritmos en México ha permitido que fuertes empresas de Streamig, como las ya mencionadas, decodifiquen con mayor facilidad las características necesarias para una mayor proximidad cultural con su audiencia, convirtiéndose así en fuertes competidores contra las diferentes productoras locales (Cornelio-Marí, E. M. 2020, 20).

“¿Como llegan las nuevas películas hacia el espectador?, ¿Qué ámbitos de consumo se le determinan a un público cuya atención esta guiada hacia la observación de las pantallas, la mayor parte de su tiempo?” (Aguilar, A. 2021, 72). Estas interrogantes hacen referencia al nuevo protagonismo que han obtenido las plataformas de streaming, debido a su participación en los círculos sociales del cine (Aguilar, A. 2021, 13). Nuevas formas de hacer y exhibir el cine a través de las plataformas de streaming, genera nuevas formas de negociar y trabajar el potencial económico dentro de cualquier obra filmica, se da otras formas de estreno en las películas, gracias a su propiedad intelectual¹⁷ (IBID, 2021, 19). Las plataformas han recabado un valor fuerte dentro de la industria del cine y del entretenimiento. Estos nuevos modelos de exhibición, han ayudado hacia un futuro de exhibición más próximo para las producciones de autores independientes, dándoles puerta abierta hacia diferentes posibilidades de negocio o comercio, en ocasiones produciendo directamente para las plataformas (Aguilar, A. 2021,28)

Como podemos observar y en base a “La encuesta Nacional sobre Hábitos y Consumo Cultural 2020, realizada por Cultura UNAM, se obtuvo la información sobre las dinámicas de ver películas en línea; siendo esta la tercera actividad más predominante, después de escuchar música/ver videos musicales en línea y en primer momento socializar en línea. Los encuestados respondieron, que utilizan diariamente plataformas digitales de paga para ver

¹⁷ Las bases que construyen esta nueva etapa de la industria cinematográfica son los nuevos conceptos como el que se refiere a la Propiedad Intelectual (PI). “La PI. Se refiere a cualquier libro, narración o personaje que posee un estudio o una compañía, a menudo conocidos desde hace años y con cierto nivel de popularidad. El potencial económico de una PI es directamente proporcional a la intensidad y fidelidad de sus fans, fluyen gracias a que son parte de una saga o franquicia que se prolonga durante años”. (Arturo Aguilar Figueroa. 2021,19)

contenidos. En el 2020 las plataformas al ser las únicas ventanas disponibles por meses (tras la pandemia COVID-19), se convirtieron en la principal pantalla de consumo y de estrenos de cine, reemplazando a las salas y alterando así los hábitos del público. Por tal motivo, algunas producciones de cines comerciales cuestionan, si estas tendencias hayan llegado para quedarse”. (Aguilar, A. 2021, 52)

Conforme se van expandiendo cada vez más los mecanismos de Video on Demand (VOD)¹⁸, se modifican las formas de distribución y su exhibición. Esto repercute de importancia central, a políticas públicas trabajadas de acuerdo a las propuestas de los circuitos culturales; donde la integración de las nuevas tecnologías de la información y comunicación abren un cambio en la figura del espectador. El espectador empieza a convivir más en los medios digitales, lo cual fomenta desarrollos clave, hacia el interés de la película. (Morales, K. Morales S, etc. 2019, 82). Gran parte de las audiencias han entrado a una migración del consumo del cine en salas, al de las plataformas, no con la ayuda de las participaciones del Estado; si no, por los aportes económicos de gran parte de los contribuyentes al cine (IBID 2019, 86).

Esto demuestra que “la comunicación de las plataformas ha buscado en obtener ciertos vínculos de relación con las audiencias en masa, como lo son: 1) una gran conectividad, 2) las audiencias móviles y sus diferencias con las salas tradicionales, 3) los contenidos propios, fomentados por el capital creativo¹⁹ (directores y productores), 4) experiencias personalizadas hacia los usuarios de internet” (Morales, K. Morales S, etc. 2019, 87)

Frente a estos retos económicos, “en el 2020, algunos fideicomisos existentes en México, hacia la producción y exhibición del cine nacional, buscaron ser degradados, Foprocine y Fideicine. La desaparición de estos fideicomisos, fue planteada bajo una estrategia federal de austeridad, con el argumento de problemas de corrupción y malos manejos económicos” (Aguilar, A. 2021, 66). Ese mismo año, el Instituto Mexicano de Cinematografía dio respuesta a este problema y presento Focine (Fomento al Cine Mexicano), nombre que se le

¹⁸ Se expone el concepto de plataforma como un significado de referencia en lo económico, las plataformas son concebidas como empresas que dan servicios. Existen tres modelos de negocio para las plataformas digitales.

Modelo por suscripción: sus usuarios pagan por la presentación de un servicio.

Modelo de publicidad: sus usuarios acceden al servicio de forma gratuita, esta plataforma se mantiene mediante los ingresos que le genera la publicidad.

Modelo con acceso: los creadores de contenido o de aplicaciones les pagan a las plataformas para llegar al consumo de los usuarios. (OECD, 2018).

¹⁹ “La producción de contenidos originales ha sido de gran relevancia para la plataforma Netflix, quien en México busco una expansión de su mercado, manejándola como una ventana de distribución enfocada en los intereses del usuario”. (Morales, K. Morales S, etc. (2019). 87)

dio al nuevo programa administrativo que sustituiría a los otros dos desaparecidos. Este programa cuenta con las siguientes características: apoyo a la producción y el apoyo a proyectos de formación de públicos mediante la exhibición de cine mexicano (IBID, 2021, 66). “Para la distribución también existe ahora el estímulo fiscal Eficine Distribución (Estímulo Fiscal a proyectos de inversión en la producción y distribución cinematográfica nacional), el cual va dirigido a diversos círculos, ya sean comerciales, gratuitos o mixtos. Busca despejar retos y abrir nuevas posibilidades para su exhibición” (Aguilar, A. 2021, 68)

Algunas otras plataformas como Piano Films, Casa Caníbal, Cine Tonalá, etc., se han mantenido trabajando tanto en proyectos independientes como en producción para plataformas (Aguilar, A. 2021, 30). Y es por ello que se debe buscar y darle un valor político a la distribución y promoción de plataformas públicas, para que así, el acervo cinematográfico nacional obtenga una mayor atención de sus espectadores. Esto implica gestiones institucionales que opten por el trabajo dentro de los nuevos medios tecnológicos de comunicación, se amplie una interacción con el público, abriendo un espacio para las producciones nacionales, ante la competencia con los algoritmos los cuales llegan a privilegiar algunos contenidos comerciales sobre otros (Rosas, A. Rio, M. 2019, pág. 308)

(2.1) Ramificación del público en el cine, dentro de las nuevas herramientas digitales.

La pantalla del cine en la época actual se hace presente como una pantalla global, que se caracteriza por ser una pantalla móvil, una pantalla que se encuentra en todo lugar y todo momento; repercutiendo de esta manera a una mutación en la forma de consumo y distribución. El cine transita bajo dimensiones hipermodernas para su creación, promoción y su consumo, que es transmitido en las nuevas tecnologías de información y comunicación (TIC) (Lipovetsky, G. Serroy, J. 2007, 22). Gracias al internet, se ha logrado una multiplicidad de medios y canales; pero se debe resaltar el señalar que el internet no reemplazara a la televisión y las salas de cine, sino que su interacción con los medios, modifica la forma en la cual las personas buscan y consumen contenidos audiovisuales. El internet debe de ser tomado en cuenta como un medio amplio, para la reproducción del contenido fílmico (Reyes, J. 2018, 133)²⁰

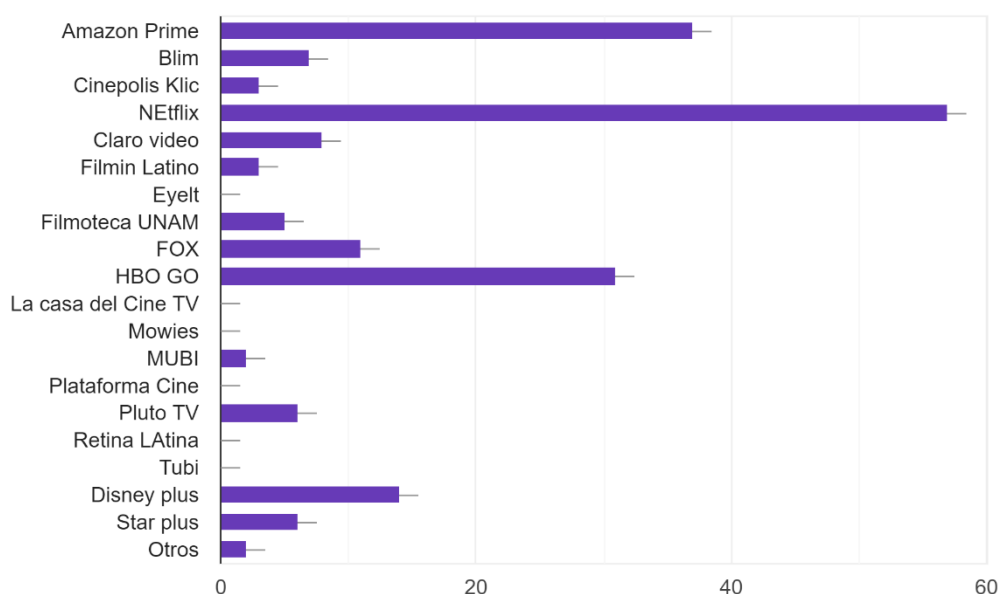
Como lo hemos mencionado antes, en México existen distintas plataformas de video on demand, algunas desde principios del 2010 se encuentran dentro de los sistemas de red de internet, estas plataformas suelen operar bajo una modalidad de suscripción y un modelo de negocio en particular, algunas plataformas diversifican su oferta de contenidos, para sus públicos. (Rosas, A. y Rio, M. 2019, 297). Es por ello, que “el cine aumenta su influencia hacia lo global, en donde el individuo de las sociedades modernas, es educado con una mirada determinada por el ciberespacio, la cual expresa la influencia cultural de un cine contemporáneo” (Lipovetsky, G. Serroy, J. 2007, 28). “El cine como invención técnica y mediante la red de internet, se guía a expresarse como un arte moderno, que tecnológicamente es llevado cada día hacia un funcionamiento totalmente diferente, ligado por un esfuerzo mecánico, que lo distingue de las demás artes antiguas, haciendo que estas parezcan arcaicas” (Lipovetsky, G. Serroy, J. 2007, 33). En el caso de México, observar cine se ha convertido en un ámbito de la vida cotidiana; aumentando cada vez más la accesibilidad hacia los medios audiovisuales. En la actualidad se deben reconocer fuentes digitales diversas, donde se pueden reproducir películas que observara el público (Rosas, A. y Rio, M. 2019, 292).

²⁰“La Encuesta Nacional sobre disponibilidad y uso de Tecnologías de la Información en los hogares en el 2018, desarrollada por el (INEGI) Instituto Nacional de Estadística y Geografía, muestra que hay 62.4 millones de usuarios de internet en México, poco más de la mitad de la población nacional” (Reyes, J. 2018,138).

La exhibición del cine hoy en día tiene características distintas a las de años anteriores. Sus espacios, como las plataformas o páginas en internet, son cada vez más, provocando que los intereses económicos en el mercado fílmico sean tomados en cuenta hacia las exigencias de lo que más observa el público en el mundo contemporáneo (Morales, K. Morales S, etc. 2019, 68).

¿Has utilizado alguna de estas plataformas frecuentemente?

63 respuestas



21

Tras las modificaciones en la Ley Federal de Cinematografía, provocando la degradación de instituciones como Fidecine, previo a Foprocine, la comunidad cinematográfica se encuentra frente a un panorama alarmante que pone en riesgo el futuro de sus dinámicas de distribución y exhibición, haciendo que estas sean cada vez más limitadas para el cine mexicano y sus géneros (AECM, 2020, 144). Es por ello, que el trabajo hacia la industria cultural del cine, debe buscar que, en la ley Federal de cinematografía, se protejan asuntos de exhibición,

²¹ Se realizó la siguiente pregunta a un grupo poblacional de 63 estudiantes de la UAM Xochimilco. Donde destacan las plataformas internacionales con mayor interés y acceso de parte de su público.

promoción y preservación de un cine diverso. Y esto ayude a que el cine nacional, sea capaz de colocarse como una actividad estratégica para el desarrollo cultural y social del país, y no solo se aborden proyectos hacia dinámicas de puro entretenimiento (AECM, 2020, 144).

Dirigiéndonos al análisis de los públicos, como experiencia cinematográfica, consumir cine demuestra ser una noción de unidad entre la imaginación y el comportamiento del espectador. Cada filme trae consigo criterios sociales del gusto, y dentro de la industria cultural están presentes no solo en el cine, sino también en la música, la radio, la prensa, la televisión. Hoy en día el criterio del gusto se hace presente en las redes sociales y algunas plataformas digitales; donde se encuentra una construcción del imaginario cinematográfico y audiovisual en común, prácticas culturales, que en ocasiones son compartidas. (Domínguez, J. Rosas, A. 2021, 25).

“La atención hacia el consumo cinematográfico, como análisis sociológico, debe dirigirse hacia el público y la interpretación que obtiene de los diferentes géneros fílmicos, características de conocimiento empírico que le son transmitidas al espectador, procesos de recepción dentro de la comunicación fílmica, industria-espectador” (Rosas, A. 2012, 42). El consumo cultural interfiere en las identidades de la población, dando lugar a cierta formación de rasgos personales para el individuo (como espectador), llevados a cabo dentro de su vida cotidiana y dentro de lo social. Estudiar el consumo cinematográfico como una actividad simbólica en las relaciones personales, busca comprender como socialmente la recepción de las películas que le es otorgada al espectador influye de cierta manera en los rasgos didácticos encontrados dentro de la vida cotidiana de un cierto lugar. (Domínguez, J. Rosas, A. 2021, 23) Debido a que, “los medios de comunicación no son, un puro fenómeno comercial y tampoco deben ser solo fenómeno de manipulación ideológica; son un fenómeno cultural a través del cual la gente, mucha gente, cada vez más gente, vive la construcción del sentido de su vida” (Barbero, M. 1987, p.183)

Esta evolución en la comunicación social, otorgada por medios como: el internet y la telefonía móvil, se ha convertido en el mayor vínculo de interacción para la población mundial. Y es aquí, dentro de esta red de comunicación en la cual también acceden los medios publicitarios, encargados en garantizar un eslogan hacia las marcas, mediante campañas de mega comercialización. Un medio de espectáculo monstruoso del que todo mundo habla y el que hay que ver, el cine además es trabajado como ganancia ante un medio global

(Lipovetsky, G. Serroy, J. 2007, 244). De esta manera, retomando los planteamientos sociales y económicos, de autores como Lipovetsky y Serroy a través de su libro *La pantalla global*, se describe a la cultura mediática, con decisiones económicamente fuertes hacia beneficios en el cine: gracias a una era hipermoderna, dónde la publicidad es vista como un medio de comercialización ostentoso y omnipresente para los productos culturales. Repercutiendo a que medios de comunicación como el cine sean exhibidos para el público, en cuanto a un recurso más para la expresión de marcas (IBID. 2007, 245). El entretenimiento de marca busca exteriorizar un cine de mayor calidad visual, con el apoyo de grandes fondos se busca llegar a sobresalir a través la publicidad, como un medio creativo (IBID. 2007, 247). La publicidad es un fenómeno que se ha vuelto motivo de satisfacción y de reconocimiento, en donde se busca optar por los intereses estéticos. El mundo de la publicidad busca el afecto del público hacia la estética del cine (Lipovetsky, G. Serroy, J. 2007, 251).

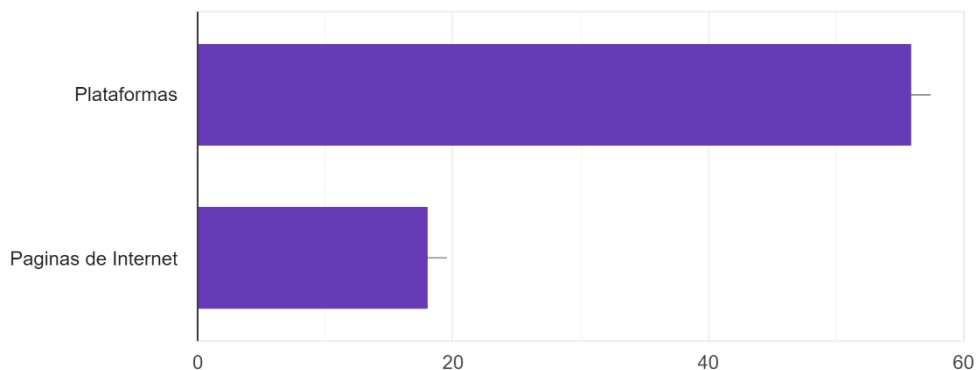
Algunas estrategias del mercado contemporáneo mundial, contribuyen a una globalización neoliberal de la cultura, beneficiando al sistema capitalista y neoliberal, el cual mantiene interesado a su público bajo una sola percepción de cultura (Reyes, J. 2018,135). “Como fenómeno social, el cine es un inculcador de estilos y formas de vida. Caracterizándose por transmitir información, generar creencias, valoraciones emotivas y afectivas; por ello el cine ha demostrado interactuar como un importante educador informal (instrumento de modernización, agente secularizador)” (Rosas, A. ,2012, 45). El análisis de estudio hacia nuestra visión de los públicos, se explora de acuerdo a características propuestas por autores como Ana Rosas Mantecón, la manera en que la audiencia se distingue ya sea por su sector social, por su región o por su relación hacia las películas nacionales o extranjeras, son reacciones de la sociedad capitalina ante los fenómenos cinematográficos (Rosas, A. ,2012, 47).

La ramificación del público, dentro de las nuevas herramientas digitales, continua presente a través de los géneros fílmicos y su reproducción cultural, gira entorno a los juicios del gusto. Autores como Bourdieu, mencionan un antagonismo que se sufre en este juego cultural, en cuanto al análisis de las relaciones hacia el gusto; entre planteamientos con intereses económicos y los otros con perspectivas sociales, ambos fomentan la producción cultural.

El beneficio económico legitima ciertos géneros fílmicos a través de su propagación excesiva, buscando sobresalir un capital cultural único, asociado a la constante preferencia. Mientras que el capital escolar que expone el cine, queda relegado o solo es exhibido en ciertos géneros y eventos²² (Bourdieu, P. 1979, 12). Los efectos ejercidos por el juicio del gusto, interfieren en la identidad o en las practicas sociales que adquiere un individuo, señalándole un valor social (Bourdieu, P. 1979, 18). En este caso la comprensión y la atención a ciertas formas de exhibir los géneros fílmicos, vía internet, involucra ciertos vínculos económicos según su clase social. La fórmula del gusto es utilizada así, para atraer a los usuarios, ofreciéndoles lo que han disfrutado mucho en el pasado, mediante famosos actores y con el apoyo de grandes productores regionales, para lograr una gran popularidad (Cornelio-Marí, E. M. 2020, 10). (El melodrama es el género rey de Latinoamérica y su matriz cultural).

¿Ves películas en plataformas de streaming o en páginas de sitios Web?

63 respuestas



23

²² “el capital escolar, es el producto de los resultados acumulados por la familia y la transmisión cultural asegurada por la escuela; mientras que el capital cultural, es directamente heredado por la familia o los primeros círculos sociales inculcados o impuestos a cada individuo” (20).

²³ Se realizó la siguiente pregunta a un grupo poblacional de 63 estudiantes de la UAM Xochimilco. Donde se puede apreciar un mayor interés hacia las plataformas digitales, para la observación de algún filme.

Las estrategias de localización que utilizan las producciones empresariales, buscan adecuarse al trabajo de un contenido mediático, que propicie en los servicios de VOD crear señales nacionales o regionales donde se pueda incluir la publicidad y rasgos característicos de lo local (Cornelio-Marí, E. M, 2020, 7). Es por ello que se busca investigar la diversidad en los comportamientos de los individuos, frente al espectáculo de las obras de arte, puesto que cada espectador difiere del otro.

“Una película es buena para cierta categoría de personas. No se debe recaer a los análisis asertivos o negativos en la exposición de una película, si no tener en cuenta que las películas son adaptadas a la manera de ver de un grupo, su manera de pensar en el arte, de acuerdo a una determinada época. Esto ayudaría a trabajar sociológicamente, un enfoque deconstructivo culturalista, hacia los juicios de valor por el gusto”. (Jullier, L. 2002, 26).

“La aparición de nuevos soportes está permitiendo que las personas establezcan una nueva relación con los contenidos, solicitados por diversas plataformas de reproducción, sobre todo si pueden estar disponibles a través de sistemas no legales” (Domínguez, D. 2012, 370). El mercado de contenidos audiovisuales, a través de su desarrollo tecnológico a nivel local y global, ha posibilitado consigo adquirir títulos de diversas épocas. Las películas son ahora contenidos que pueden ser transmitidos a través de diversas plataformas, estableciendo con ello nuevas pautas de consumo hacia el espectador, los contenidos digitales han demostrado ser la nueva posibilidad de distribución cinematográfica, provocando una interiorización de sus consumidores con la industria del cine (Domínguez, D. (2012, 369).

(3) Antropología del cine, el juicio del gusto dentro del cine vía digital, expuesto por sus espectadores.

“El modo en que cada grupo social se relaciona con la demás población, interfiere de acuerdo a sus creencias, las visiones del mundo, sus valores y normas.” (Choza, J y Montes, M. 2001, 31). La antropología del cine, se involucra en el estudio de las construcciones socioculturales, de las practicas educativas, intelectuales y morales, mediante investigaciones y análisis del individuo que observa el cine. (Choza, J y Montes, M. 2001, 11)

Estudiaremos el cine como hecho cultural, como fenómeno semiótico e ideológico, con la ayuda de los análisis antropológicos del cine, comprenderlo como representaciones sociales que buscan ser expuestas. La industria del cine y sus construcciones fílmicas, constituyen a ser materiales etnográficos, en los que se llegan a evidenciar hábitos, costumbres, mentalidades y modos de vida específicos de un cierto lugar (De la Peña, F. 2014,12).

“En efecto, el cine es magia y ciencia, es un arte y un gran negocio, es una industria cuyas maquinas en lugar de producir bienes materiales, producen sueños, es un instrumento al servicio de la imaginación científica, pero también del puro entretenimiento, [...]es un medio para la manipulación ideológica, pero también para la sublimación estética, es un arte para las masas” (De la Peña, F. 2014, 17).

Con las nuevas tecnologías de la información, se han dado bifurcaciones que dispersan las identidades en la población. (Martínez, R. 2010, 58) Las principales consecuencias sociales que caracterizan esta perspectiva antropológica en los estudios multiculturales del cine son, la desterritorialización y la atemporalización en lo colectivo²⁴. Es por ello que los medios de comunicación, adquieren cierto aspecto institucional, consecuencia de su dinámica cultural y su estructura económica. (*IBIDEM*. 2010, 59) Los medios masivos de comunicación son un elemento de análisis cultural en las identidades, debido a que históricamente, han sido revalorizados por las teorías de la comunicación y el funcionalismo de la sociología empírica estadounidense; un enfoque epistémico enfocado en lo biológico, donde la sociedad debe ser

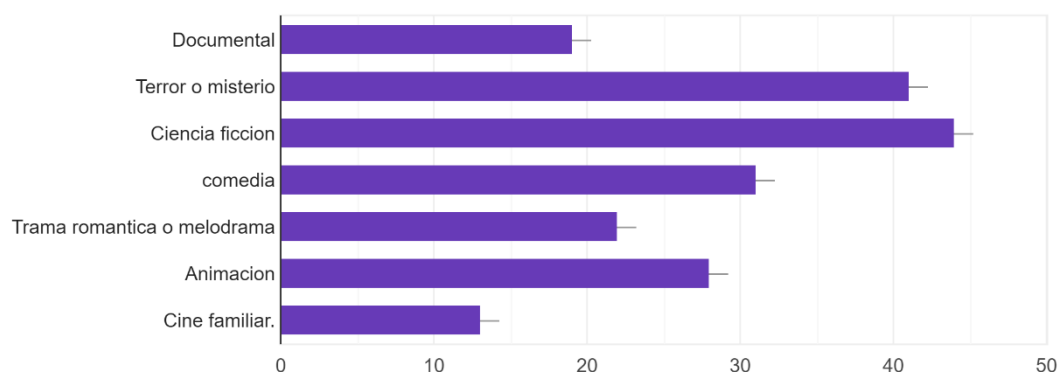
²⁴ “La imagen como dispositivo cultural, es un concepto referido en los análisis de Quentin Skinner, “La historia de las ideas”, Skinner habla de la intencionalidad, necesaria para captar el discurso en donde el autor desea intervenir”. (Del Carmen Zamora, Ma. 2020, 172).

concebida como si fuese una célula. Es así como la modernización social entra bajo un estudio conductual, centrado en el cosmos cultural²⁵. (Martínez, R. 2010, 60).

Conforme a las encuestas realizadas, para el desarrollo de la investigación, se puede percatar como los juicios del gusto son determinados por los géneros fílmicos

¿Qué genero de películas sueles consumir más?

63 respuestas



26

Analizar los productos cinematográficos, revela una metodología de estudio etnográfico en el cine, donde cualquier película como documento etnográfico, revela patrones culturales de una población (*IBIDEM*. 2010, 100).

Por lo tanto, los análisis de estudio de la antropología audiovisual descritos por las lecturas del Doctor en sociedades Raciél D. Martínez, nos ayudan a comprender los procesos identitarios de la población.

²⁵ “El cine, demuestra acentuar su contacto con la sociedad a través de su oferta cultural, ya que, cada construcción fílmica responde a un modo de percepción del tiempo y el espacio. La participación del público, ante los distintos géneros fílmicos, acompaña a la descripción de ciertas características identitarias dentro de los diversos grupos sociales” (Rosas Mantecón, A. 2017, 23)

²⁶ Se realizó la siguiente pregunta a un grupo poblacional de 63 estudiantes de la UAM Xochimilco. Siendo los géneros de ciencia ficción, terror y misterio, los que más observa el público universitario.

“El cine como impacto popular, es relevante para los medios masivos de información; ya que este puede ser un instrumento didáctico o un medio más, distinguiéndose entre una cultura de masas manipuladora, y una cultura con perspectivas teóricas multidisciplinarias” (Martínez, R. 2010, 86).

“El cine es un artefacto *sui generis*. En donde Morin lo enfatiza como un espíritu-maquina [...] Una máquina que, en vez de reemplazar el trabajo material, reemplaza el trabajo mental; al hacerlo modela y condiciona cierta subjetividad. Lo filmes están constituidos a semejanza de los procesos mentales, en particular, hacia la subjetividad y el psicoanálisis que es propuesto en el cine. el cine expresa mensajes latentes que representan deseos y temores” (De la Peña, F. 2014, 40)

Adentrarnos a los análisis de las prácticas culturales, como el cine, evidencia los diversos modos de estar juntos, una conexión con la sociedad y los usos de los procesos de comunicación (Rosas Mantecón, A. 2017, 23). Esto interfiere en el hábitus cultural del actor social, el cual, se ve enfrentado frente a los otros procesos identitarios de la hegemonía social actual (Martínez, R. 2010, 74). Es por ello, que la diversificación en la exhibición de los géneros cinematográficos, colabora con las redes de comunicación social para hacer posible una interacción entre grupos, una lucha por la representación identitaria manifestando un discurso contemporáneo sobre la visión del mundo (Martínez, R. 2010, 77)

La práctica del juicio del gusto recae en sugerir lo que es una buena película, de acuerdo con el habitus de una cierta clase social, este habitus llega a desenvolver una evaluación cuantitativa sobre la opinión de una película (67). Juicios de valor, que simbolizan claramente la opinión subjetiva del espectador, para optar por frecuentar la observación del cine como un arte o como un consumo ocasional; las preferencias del espectador varían claramente de acuerdo a su edad (Jullier, L. 2002, 69). Al hablar sobre el espectador y las imágenes, es necesario referirse a los juegos del lenguaje, dentro de los contextos de la sociología posmoderna de nuestros tiempos. Dichos análisis distinguen ciertas percepciones o creencias hacia la observación en las imágenes, relaciones entre los signos y las conductas sociales en el mundo. (Jullier, L. 2002, 27).

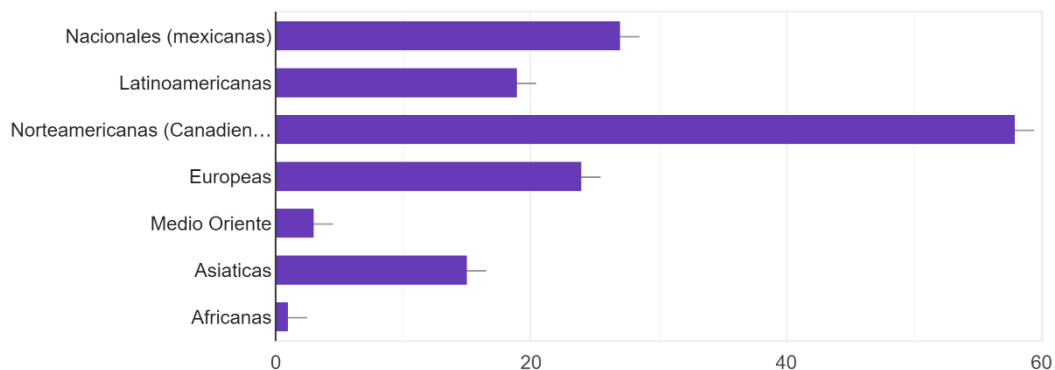
En la actualidad, “se ha ido diversificando nuestra visión de los espectadores, de acuerdo a su relación con los diversos tipos de películas. El interés, hacia la comprensión de los viejos y nuevos públicos en diferentes entornos comunicativos, transita a través de los análisis etnográficos; como lo son las encuestas, entrevistas, investigación documental, análisis de contenido, etc.” (Rosas Mantecón, A. 2017, 31)

Se debe de revalorizar el estudio hacia el consumo cinematográfico, como una actividad dentro de las relaciones personales, los espacios-tiempos individuales, así como grupales, y los espacios-tiempos dentro de la familia. Ya que los usos sociales de la comunicación, han ido cambiando de acuerdo a sus espacios, sus prácticas culturales y los tiempos que se frecuentan para la sociabilidad (Rosas Mantecón, A. 2017, 32).

Como análisis etnográfico, se realizó la siguiente pregunta hacia las prácticas culturales del público.

¿Dentro de los servicios en internet, de que país suelen ser las películas que más consumes?

63 respuestas



27

“El internet, los servicios en streaming, así como online y las redes sociales, han multiplicado las condiciones para descubrir y consumir películas; han revolucionado la comunicación, el intercambio de opiniones y la formación de espectadores y creadores fílmicos, espectadores que son cada vez más integrados hacia el acceso multiplataforma” (Rosas Mantecón, A. 2017, 312). Las ventanas de distribución y las audiencias, hoy en día actúan con una notable diferencia, de acuerdo a su distribución entre películas comerciales o películas no

²⁷ Se realizó la siguiente pregunta a un grupo poblacional de 63 estudiantes de la UAM Xochimilco. Siendo las películas norteamericansas, las que más observa el público universitario.

comerciales. Las primeras surgen con claros fines de lucro, mientras que las segundas suelen enfocarse en recuperar su inversión²⁸ (Morales, K. Morales S, etc. 2019, 69).

Un ejemplo de esta diversificación del público mediante los nuevos dispositivos de comunicación, vía internet, se presenta mediante los festivales de cine, los cuales hoy en día son importantes ventanas para la circulación de obras, debido a que cuentan con un espacio-tiempo indicado, para los públicos interesados en filmes, que no llegan a estrenarse en los círculos comerciales regulares (Salles, B. 2021, 145).



29

Pero, “¿Quién es el público que ve cine mexicano de arte, alternativo, de género especializado, documental y en donde se puede encontrar? Uno de los espacios en donde se pueden hallar son en los festivales de cine; espacios que llegan a ser de gestión pública, pertenecientes a universidades, centros culturales o gobiernos locales; así como lugares de gestión privada o iniciativas de emprendedores que lo expresan por amor al arte” (Morales, K. Morales S, etc. 2019, 65).

²⁸ Los integrantes de la industria fílmica involucrados en el proceso de distribución son: los festivales y los mercados de cine, grandes distribuidoras (majors), distribuidoras pequeñas o independientes, exhibidores de duopolio comercial o alternativos, entre ellas se encuentran las plataformas digitales legales e informales, estatales y privadas. (Morales, K. Morales S, etc. 2019, 69)

²⁹ Se realizó la siguiente pregunta a un grupo poblacional de 63 estudiantes de la UAM Xochimilco. Donde se puede demostrar un cierto desconocimiento sobre los festivales de cine que puede observar el público interesado en el cine.

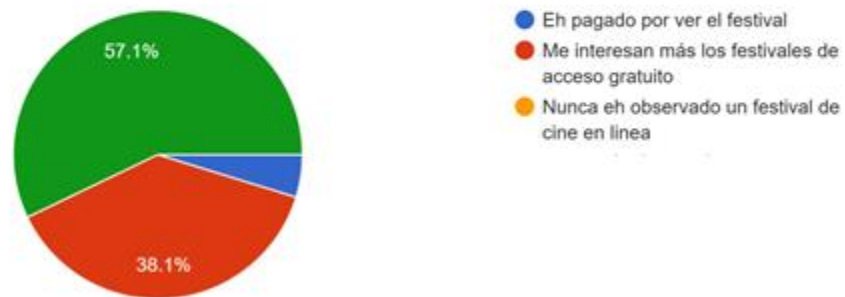
Para entender una antropología de los medios, se debe comprender el devenir del fenómeno cinematográfico, de acuerdo a su época, su región y su público. La audiencia vista desde el ámbito de la participación política, ayuda a construir el discurso de la opinión pública, en función del gusto (Rosas Mantecón, A. 2017, 49). La expansión permanente y la segregación, van imposibilitando el poder relacionarse con los otros (desconocidos), dentro de las megaciudades se está ante una relación paradójica, consecuencia del crecimiento urbano (Rosas Mantecón, A. 2017, 189). Ante el crecimiento de los medios de comunicación vía internet, es donde encontramos nuevas propuestas. Ya que, los festivales de cine buscan compartir una experiencia inmersa hacia los otros conocimientos, compartidos por las nuevas filmografías, para detallar ciertas expresiones sociales y estilos de vida, que capturan las imágenes en movimiento del cine. La ampliación de las programaciones y la diversificación que trae consigo los festivales, ocasionan cambios hacia las maneras de comprender los contenidos fílmicos³⁰ (Salles, B. 2021, 149).

Sin embargo, Las nuevas integraciones en los circuitos audiovisuales, se vuelve trunca debido a la estructura oligopólica de las famosas televisoras mexicanas. También la saturación de las pantallas nacionales, por parte de las majors, provoca una práctica monopólica hacia la distribución y la exhibición en cintas fílmicas mexicanas (Rosas Mantecón, A. 2017, 305).

³⁰ La lista de festivales publicada por el IMCINE, a demostrado que en el 2021 se transmitieron aproximadamente 22 muestras de cine a través de las redes sociales. Los medios más utilizados para la transmisión de festivales en México, son las plataformas digitales o los canales de televisión públicos. (Salles, B. 2021,152)

¿Has llegado a observar algún festival de cine por internet, mediante un sistema de pago?

63 respuestas



31

El incremento de la programación en línea y disponible de manera gratuita se presenta insostenible y difícil de exponer sin fuertes aportes gubernamentales (*IBIDEM*, 2021,157) El suceso de las ediciones online debe ser tomado en cuenta de manera gubernamental, para que sean incrementados los apoyos públicos o lograr patrocinios privados hacia el incremento de las visualizaciones de los filmes en línea (*IBIDEM*, 2021, 158). Debemos de revalorizar las formas de interactuar con los invitados, en este caso algunos festivales de cine internacionales conectan al público hacia distintas latitudes y localidades. Gracias a los caminos alternativos como lo son los festivales en edición online, el futuro de los eventos juega hacia distintas ediciones ya sean virtuales o mixtas (Salles, B. 2021, 166).

³¹ Se realizó la siguiente pregunta a un grupo poblacional de 63 estudiantes de la UAM Xochimilco. Donde se puede demostrar un cierto desconocimiento sobre los festivales de cine, que puede observar el público interesado en el cine.

(3.1) El entretenimiento digital, un desarrollo en los encuentros alternativos del cine y la sociedad.

A medida que los medios audiovisuales entran hacia un ambiente más doméstico entre las distintas capas de la sociedad. La industria del cine se adapta a nuevas y diferentes maneras en ser expuesta, basada hacia nuevos logros técnicos (Jullier, L. 2002, 77). La sociedad del espectáculo, es apoyada de manera económica para un nuevo tipo de valoración y su difusión, tanto de parte del dominio público como del ámbito privado (Jullier, L. 2002, 80)

“¿Qué clase de imaginario colectivo se ha determinado en construir, desde las nuevas pantallas digitales hacia las características de identidad nacional, en México?”³² (Morales, K. Morales S, etc. 2019, 57).

Quienes miran las pantallas digitales, en una computadora, tablet o teléfono móvil son llamados hoy en día como usuarios. Las transformaciones tecnológicas que han acontecido en el cine, lo han llevado a una participación totalmente digital, adaptándose a las diferentes formas de observar el cine, en las redes de mercado, para sus usuarios. Las plataformas tecnológicas que se encuentran en la industria cinematográfica, son trabajadas por pequeñas o medianas empresas, nacionales o de escala media, en ocasiones sectores de distribución independientes que buscan exhibir una amplia gama de producción cultural. (Domínguez, D. 2012, 350). Provocando así un proceso nuevo hacia los espacios digitales, consecuencia de que el internet ha llegado a expresar el uso de las nuevas ventanas. Nuevas ventanas que, optan por facilitar la convergencia de servicios en comunicaciones, hacia una conducta objetiva, transparente y sin discriminación (Domínguez, D. 2012, 383). Los estudios sociales buscan enfatizar que, se debe reconocer las diferencias, las semejanzas y aprender a convivir de manera pacífica y tolerante, demostrando ámbitos de socialización y comportamientos de contacto que fomenten un vínculo de expresión democrática (Rosas Mantecón, A. 2017, 298). Cine y modernidad, deben ser estructurados y guiados, a un análisis

³² Con la llegada de los nuevos formatos se pone en cuestión de análisis el debate de porque vemos las imágenes en forma vertical, las nuevas alternativas del lenguaje en los teléfonos móviles y en los dispositivos móviles han dado un impulso a esta nueva forma de producir historias. Algunos festivales han optado por promover estas nuevas formas de producción dentro del cine, como ejemplo el concurso Nespresso Talents del Festival de Cine de Morelia premia a las mejores historias contadas en formato vertical (Salazar, D. 2020, 54).

de nuevas experiencias fílmicas y nuevos comportamientos de los espectadores; ambas asociadas con la participación de lo urbano, producido gracias a la industrialización de las comunicaciones (Rosas Mantecón, A. 2017, 36).

La historia del cine se ha construido dentro de la sociología del cine, de acuerdo con: los fenómenos económicos, los gustos del público y las circunstancias políticas. La filmación y la difusión del filme, relaciona las obras cinematográficas con la sociedad que las ha producido; por lo cual los filmes de una nación reflejan su mentalidad acorde a la psicología de un pueblo en un momento dado. Los términos como: visión del mundo, mentalidades, representación, recurren a favorecer ciertas direcciones en la actividad social, influyendo en la ideología de una población; la ideología, es el discurso que una clase social tiene sobre sí misma, sobre sus costumbres y objetivos, entorno a los demás grupos sociales. Y es mediante los grupos o conjuntos sociales, donde los individuos colaboran de acuerdo a su ideología. En nuestras sociedades actuales la ideología es comprendida como un comportamiento colectivo abstracto, que es demostrado por un número de manifestaciones diversas (Sorlin, P. 1985, 19). Estas manifestaciones ideológicas entran en desarrollo, gracias a los medios de comunicación, quienes ocupan un lugar privilegiado en la construcción de los imaginarios colectivos y a su vez a nivel global repercuten en representar, así como reproducir, nuevas invenciones hacia las identidades culturales. Por lo tanto, las relaciones que tienen las sociedades y los medios de comunicación no solo son mecánicas y mediáticas; si no que también estos fenómenos ideológicos, tecnológicos e industriales, ayudan a comprender los medios artísticos (De la Peña, F. 2014, 10)

Examinar la materialidad de la comunicación, conlleva a adentrarnos en sus propiedades físicas, sensoriales y sus aspectos tecnológicos. El impacto de los productos fílmicos repercute en los modos de vida de las personas, cambios culturales hacia el espectador dentro de su imaginario social, dado por el cine; dándole una aceptación o un rechazo (*IBIDEM*. 2014, 36).

“[...]el exceso de comunicación, producto de las tecnologías mediáticas, ha provocado un efecto de achicamiento espacio-temporal del mundo, al cortar las distancias espaciales y poner en contacto a la gente hacia una mutación en el ámbito de lo imaginario [...] El cine impone un culto, un culto basado en la trascendencia y la inmortalidad visual” (De la Peña, F. 2014, 45).

Gracias a los caminos alternativos como los festivales en edición online, el futuro de los eventos juega hacia distintas ediciones ya sean virtuales o mixtas (Salles, B. 2021, 166). Ya que, los gustos de una persona, al observar y adentrarse en las películas, establecen importantes lazos afectivos, los cuales expresan un sentido de pertenencia o recuerdos emocionales (Salles, B. 2021, 263). Gracias a investigadores como la Doctora en humanidades y Socióloga Bianca Salles Perez, se pudo entablar con ella una conversación para conocer más acerca de los circuitos alternos, esta colectividad del público, vía virtual, se hace presente con mayor interacción en los festivales de cine. *“Los festivales demuestran ser una red de circulación: de películas, de personas, de directores y directoras, además de talleres de formación”*. En palabras de la investigadora Bianca Salles, *“es mediante la interacción en lo virtual, donde se da esta revaloración con el cineclubismo, con los talleres de formación, mesas de dialogo; se interactúa mediante otras pantallas, en este caso la vía digital, implica una transformación en los conversatorios hacia una manera de acceder a ellos vía online”*. *“Pensar que los festivales de cine, son un negocio es disminuir mucho los aspectos culturales que un festival tiene. Los festivales contribuyen a exponer películas en lugares donde no hay difusión del cine documental o independiente. Los festivales proponen giras y exhibición hacia otros lugares, gracias a ellos se busca una descentralización cultural, optando por una mayor participación con su público”*³³.

Como veremos el acceso al cine y la relación que se da con sus públicos, son construidas a partir de su encuentro con las ofertas culturales, estas influyen hacia una pluralidad de acceso, otorgadas a los espectadores contemporáneos. (Rosas Mantecón, A. 2017, 310). Las investigaciones sobre la cultura, la comunicación y las políticas culturales hoy en día necesitan ser comprendidas desde su perspectiva histórica. Es aquí donde la sociología de la

³³ “Al analizar los eventos que son exhibidos en festivales, podemos dividirlo en dos grupos: el primero se caracteriza por ser festivales con una trayectoria consolidada, que a lo largo de sus historias han tenido apoyos públicos y privados, para llevar a cabo sus actividades [...]. El segundo grupo se refiere a los festivales que cuentan con trayectorias alternas, hechas por colectivos culturales y cuya programación es, casi toda, formada por cortometrajes. Los canales de difusión adoptados por estos eventos son las redes sociales (Facebook, Instagram) o mediante programas de divulgación de videos de amplio acceso (Youtube, Vimeo, Etc.) Sin embargo, un factor que delimita a esta segunda característica, surge a raíz de un temor hacia las productoras, puesto que el contenido de su obra puede llegar a ser pirateado y es por ello que sus realizadores han suspendido algunas participaciones para que sus filmes sean expuestos en redes sociales de internet” (Salles, B. 2021, 153)

cultura participa hacia el estudio de la figura de la población o pueblo, donde lo popular debe asumirse como parte de un antecedente. “El proceso de constitución de lo popular es una investigación del espacio propio, un espacio no segmentado, abierto a la cotidianidad, sin distinción de actores o espectadores. Donde se contribuye a una creación de atmosfera de libertad, como ejes expresivos de la cultura popular³⁴” (Barbero, J. 1991, 75).

En entrevista con la investigadora Salles, *“este proceso de interacción cultural, se encuentra presente en los festivales de cine, ayuda a medir la recepción del gusto del público; promoviendo un espacio de encuentro entre públicos, distribuidores y realizadores”*. *“Algunos festivales de cine también son ventanas para que los distribuidores locales se interesen en nuevas películas. Abre una apertura de negociación”*.

Los modos de ir al cine han cambiado, en relación a las transformaciones urbanistas presentes en la ciudad. “Las políticas cinematográficas serán más adecuadas si surgen tanto del conocimiento de la situación de la industria, como del cambio en los patrones de consumo de los públicos, consecuencia de la multiplicación de las pantallas debido a la transmedialidad en la comunicación y los rasgos sociales de los espectadores” (Rosas Mantecón, A. 2017, 24). Las comunidades virtuales en internet, crean contenidos mediáticos que se prolongan y logran enriquecer un film de culto, dentro del actual entorno transmediático y digital en el que se desarrolla la producción fílmica. Esto contribuye a dar forma a nuevas clases de pantallas, cercanas a las tecnologías de los radares de satélite y el GPS. (De la Peña F. 2014:58). El cine es un arte democrático, debido a que se relaciona de manera continua con el mundo de lo urbano. El cine no solo contribuye a un enfoque de realidad, sino que también la prolonga, la amplía y la enriquece hacia nuevas expectativas (De la Peña F. 2014. 61).

En México, aún se encuentra en construcción una política audiovisual que establezca los usos sociales y comerciales de las nuevas tecnologías y la convergencia de las culturas audiovisuales. Es por ello que la convergencia digital, implica una gran inversión de mediano

³⁴ Lo popular debe comprenderse como una proyección del etnocentrismo de clase. Sin embargo, un etnocentrismo centrado en la competencia entre clases, impone a las clases más subyugadas el no ser capaces de producir ideas. La creatividad es un aspecto importante en la cultura de las clases populares (Barbero, J. 1991, 79)

y largo plazo, en este caso se dan alianzas de capital económico entre corporativos que se concentran en tener una participación en la producción y distribución de sus contenidos³⁵ (Domínguez, D. 2012, 343).

Teniendo información sobre estos aspectos, en especial hacia los festivales de cine en México, en entrevista con la doctora Salles, *“los costos hacia la exhibición de un festival, no solo deben ser mediante fondos públicos. La participación privada también ayuda a la exhibición de estos eventos. Fundación Bancomer, como ejemplo, apoyo a muchos festivales de cine documental. Esperar que el sector público sea el único contribuyente, es un mantenimiento muy inestable. Los gobiernos cambian y su política también cambia”*. *“No existen buenos y malos, se debe de comprender que es complejo el sistema de financiamiento para la exhibición, producción y distribución de películas, donde no todos logran llegar a él. Las plataformas de alguna manera, pueden ser la alternativa hacia la exhibición de nuevos filmes, es ahí donde existe una posibilidad económica para la realización de películas. Hacer cine implica un costo económico, el cine es un ámbito comercial de alguna manera”*

La creciente practica de navegar en internet esta sientio captada por grandes empresas de publicidad, para crear nuevas estrategias en internet mediante la publicidad tradicional³⁶. La tecnología a su vez, genera nuevas formas de contabilizar a los usuarios que publicidad ven cuando están en línea. Es por ello que el consumo en streaming, es un mecanismo con mayor crecimiento y dinamismo en la red, funcionando como un instrumento de reproducción en línea, a gran potencia (Domínguez, D. 2012, 375).

Continuando con los análisis de la entrevista: *“Estas participaciones hacia los ámbitos culturales del cine, se promueven consecuencia de los estudios de cine hacia la fundación de festivales en las universidades, donde investigadores de las escuelas de cine buscan fomentar*

³⁵ producciones hechas en exclusiva para plataformas y realizadas localmente en cada país (originals)

³⁶ La publicidad tradicional, es una forma de comunicación cuyo objetivo es mostrar un producto o servicio e intentar persuadir a los usuarios para que lleven a cabo la compra de estos o se genere una fidelización hacia la marca. La publicidad tradicional se caracteriza por implementarse siempre en los medios de comunicación masivos con la pretensión de llegar al máximo posible de audiencia.

el observar otro tipo de películas mediante la exhibición online o alternativa (hibrida). Voluntad ciudadana de hacer y poner otro tipo de películas”

La construcción de nuevas políticas culturales, deben de ir de la mano tanto con los ámbitos formales como los informales, ya que buena parte de la población, se encuentra afectada por las estadísticas de mercado, a menudo los eventos culturales solo consideran a ciertos sectores para su participación en exhibición, dejando fuera las actividades comunitarias y locales (Domínguez, D. 2012, 383). Para hacer del cine mexicano un bien público, debe generarse mecanismos que posibiliten al ciudadano tener acceso al filme, ante la nueva realidad digital. El Estado mexicano debe defender y asumir su compromiso y responsabilidad de fomentar el cine nacional. En palabras de investigadores como la doctora Salles, *“Los sentidos que el cine tiene para sus públicos, centra y construye una parte de la sociedad”*.

Conclusiones:

Suponer que existe una sola característica del cine mexicano, impide no comprender las diferentes realidades en las que se encuentran productores y distribuidores, para poder llevar sus películas a un mayor número de personas. El encuentro del cine nacional con diversos espectadores identifica modelos de distribución y exhibición del cine mexicano claramente definidos, como: el modelo de cine comercial, el de cine de autor, el híbrido, el arte nativo y el cine emergente. (Domínguez, J. y Rosas, A. 2019, 45). En este caso el sistema híbrido, el comercial y el emergente, que acontece a los entornos digitales de comunicación, nos demuestran una cartografía sobre el ambiente virtual en el mundo del cine. Los públicos del cine acuden a una participación en circuitos alternos, donde sus actividades conllevan a una colectividad multimediática en el campo virtual.

El cine como fenómeno de las investigaciones sociales, contribuye a legitimar rasgos culturales, ayuda a especular cambios sociales, sobre las contribuciones que traería consigo involucrar hacia la población nuevos imaginarios sociales (De la Peña F. 2014, 35). La sensibilidad que se plantea en los filmes, los diálogos entre el espectador y la pantalla, fortalecen valores comunes; consecuencia de la relación que existe entre los mensajes, el emisor y sus receptores. Las actuaciones que da la pantalla, son absorbidas hacia la realidad de los espectadores. (Lara, R. 2021, 287). El cine cumple una asignación vital para el Estado moderno y/o posmoderno, porque el arte desempeña símbolos identitarios. El análisis del cine como aparato hegemónico, se sostiene mediante los fundamentos del imaginario colectivo, como serían el poder, las relaciones sociales y sobre todo las resistencias; pilares básicos de la convivencia social (Martínez, R. 2010, 73). El cine como huella identitaria, deriva de la semiótica y del estructuralismo interdisciplinario, hacia un discurso fílmico de impacto popular (Martínez, R. 2010, 22)

En palabras del actual coordinador de la plataforma FilminLatino del Instituto Mexicano de Cinematografía. Javier Martínez Ramírez

¿En su opinión, existe una separación dentro del mercado de las plataformas de cine, que las divida entre cine comercial y cine artístico?
Más que una separación se habla de que hay diferentes tipos de audiencias para cada producción por lo que se acrecientan los caminos y opciones para alimentar esa cinefilia.

Nosotros, como el resto de plataformas, tenemos una responsabilidad hacia la industria del cine. El reto será mantener la confianza de nuestros usuarios con una oferta de calidad en estos tiempos de dificultad. Pero quien definitivamente gana en esta lucha del streaming es el espectador, que hace unos años tenía dificultades en encontrar ciertos contenidos ahora los haya repartidos en diversos servicios de streaming a precios competitivos y muchas veces económicos.

Lo popular desde los estudios históricos es lo que proporciona la atracción por el gusto, la sensibilidad, presente en el hábitat de los barrios y hasta en su humor. Por ello, no, se debe estar obligado a ser enjuiciado por otras posiciones. El proceso de lucha no debe ser distintivo del término clase, una cultura popular debe ser comprendida como una cultura de clase, sin ser juzgada desde una creencia impuesta en lo político (Barbero, J. 1991, 84). Como ejemplo algunos filmes con mayores presupuestos y creados con la ayuda de majors, son demasiado populares en todas partes del mundo, y en ocasiones algunos filmes nacionales llegan a ser apoyados por grandes inversiones, donde buscan ser anunciados con la ayuda de los medios, para así obtener un mayor público y una interacción popular. Sean filmes con fines artísticos y de culto o sean filmes comerciales, ambos participan hacia una interacción cultural.

“El sentido de la colectividad, en la relación cine-público, determinara en exponer un proceso de enseñanza, hacia múltiples aspectos determinados por la cotidianidad social” (Rosas, A. 2012, 45).

Mediante el cine se difunden los estereotipos visuales, propios de una formación social, sus palabras, sus expresiones, así como sus imágenes y conceptos; captar aquello sobre lo que inmediatamente se posa la mirada (Sorlin, P. 1985, 28). “Desde el hábitat, es donde se hace presente la eficacia de la hegemonía, las perspectivas y los gustos según las clases” (Barbero, J. 1991, 91). Los hábitos de consumo del cine mexicano, su caracterización e impacto se generan dentro de los nuevos programas de exhibición. La noción de audiencias tiene implicaciones tanto legales, como monopólicas; reguladas por las concesiones éticas de la publicidad, frente a un mundo globalizado y sus hábitos de consumo (Morales, K. Morales S, etc. 2019, 56).

Recapitulando las opiniones de algunos medios como FilminLatino. ¿Existe un proceso de comunicación entre público y plataforma?

La relación que tenemos con nuestros usuarios es orgánica y muy directa, ya que, al realizar todas nuestras curadurías y criterio editorial de forma manual, nos obliga estar directamente en contacto con nuestra audiencia por los diversos canales de comunicación que tenemos: las redes sociales, los comentarios que dejan en la parte de debajo de cada película y a través de nuestro correo de contacto. Por lo que tratamos de estar en el día a día de lo que sucede en la industria para siempre buscar darle actualidad a nuestras colecciones o carruseles temáticos que exhibimos constantemente.

Cuestionarse sobre los gustos inmediatos en la exhibición del cine, solo bajo intereses de ganancia económica, propone que el espectador promedio opte por involucrarse a observar solo películas y series de entretenimiento. Poniendo mayor presión a la precaria situación de distribuidores y exhibidores para la diversificación de todo género de películas; ya que el público es un agente económico, que da oportunidad hacia la propagación de una película que en realidad le importe (Aguilar, A. 2021, 80). Estos intereses para el autoconsumo del público, atraen y atrapan a un considerable grupo, que se siente beneficiados con los diversos medios y mercados de la digitalización del cine en México.

“Retomando la entrevista ¿Cuál es el propósito principal de la exhibición de cine, de parte de la plataforma Filminlatino y a que público va dirigido?”

Somos una ventana de exhibición para realizadores emergentes y para aquellos que no han podido mostrar sus propuestas filmicas, lo cual les permite que las audiencias vean sus películas, y que festivales internacionales y agentes de ventas se acerquen a sus producciones. Nuestro servicio de streaming trabaja con la mayoría de las distribuidoras del país. Esta alternativa complementa la cartelera de las salas presenciales y aumenta la oferta cultural para el público mexicano.

Es una alternativa de exhibición que complementa la oferta de salas, a la vez aumenta la oferta cultural para los ciudadanos. También ha servido como herramienta educativa a escuelas de cine y universidades interesadas en la difusión de la cultura y el arte.

La plataforma está dirigida a todo público cinéfilo de cualquier edad.”

Estas resistencias culturales, son expresadas en medios como el cine. Los filmes independientes diversifican su participación con el público mediante los medios digitales, ya

que el espectador es atraído hacia el discurso fílmico que busca expresar la película, sobre todo si este discurso es comunicado y exteriorizado en más medios. Estos medios emergentes (online y bajo plataforma) abren un mayor interés hacia la exhibición de cualquier género fílmico.

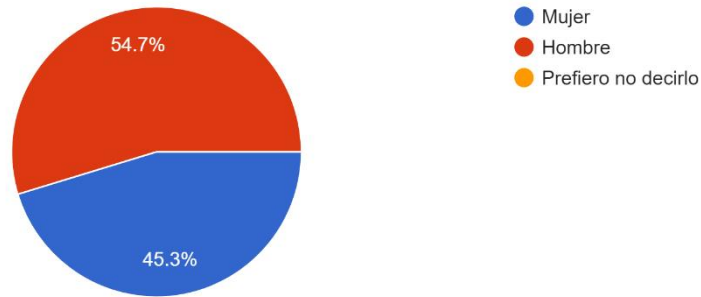
En palabras de la Doctora Bianca Salles. *“La diversificación en la participación del cine online contribuye a una circulación de películas. Esto genera un foco de formación del público, de pensar el cine, de articular una red de espacios, cineclubes, y en este caso festivales etc.”*

Anexos.

Se le realizaron las siguientes preguntas referente al cine que se transmite vía digital, a 63 alumnos de la UAM Xochimilco de entre 29 y 18 años de edad, estas fueron sus respuestas. Donde la mayoría de los encuestados pertenece al género masculino.

¿Con que genero te identificas?

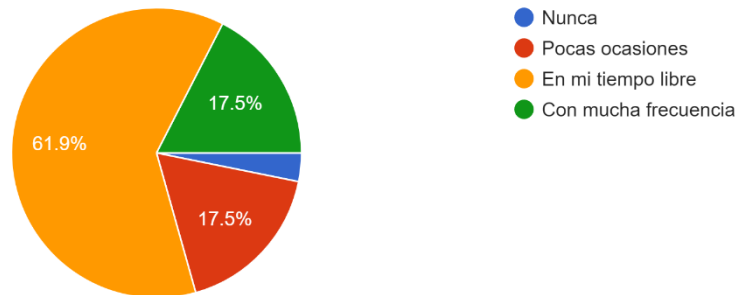
53 respuestas



La mayoría de los encuestados observa cine vía digital en su tiempo libre

¿Con que frecuencia observas películas en internet?

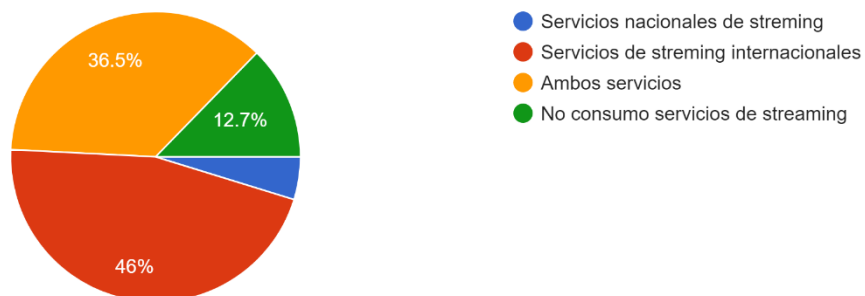
63 respuestas



La mayoría de los encuestados consume servicios internacionales de streaming

¿Qué servicio de streaming frecuentas más (tanto para películas y series, como para festivales de cine)?

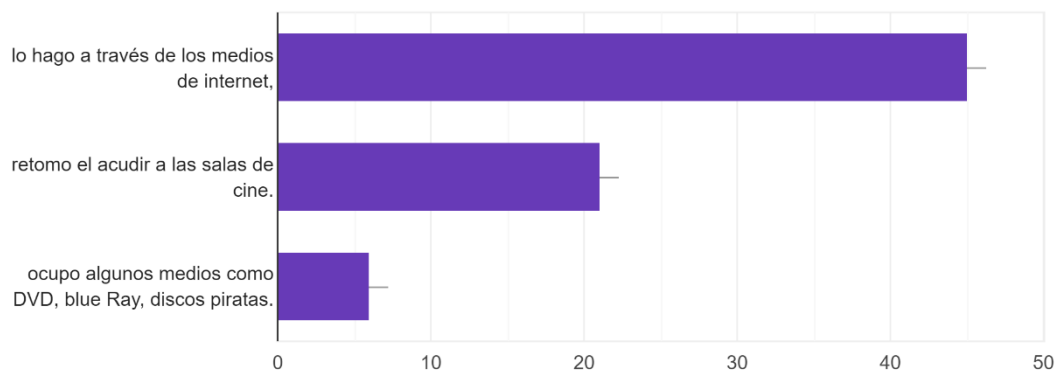
63 respuestas



De acuerdo a las respuestas de los encuestados, los sistemas on demand y via digital, han demostrado una mayor atracción hacia el público, el cual decide cuando, como y donde ver películas o series de su gusto.

¿A raíz de la pandemia, cuál ha sido la forma en la cual consumes estrenos nuevos del cine?

63 respuestas



El mercado VOD, representa una de las economías más grandes hacia el consumo cultural de entretenimiento. En la actualidad los mexicanos afirman tener cuatro o más servicios de transmisión vía digital. Esto implica que plataformas globales como Netflix y Prime Video, mantendrán cierta convivencia con industrias locales o regionales, que interese observar al público” (Figueroa A. 2021,52).

Se realizó una encuesta con el coordinador de la plataforma *Filmin Latino*, la cual cuenta con más de 600 títulos con lo mejor de la cinematografía nacional, esta encuesta ayuda a comprender mejor la interacción que tienen los nuevos medios digitales con su público; el cual ha sido más diverso hacia las modalidades de ver películas desde sus aparatos móviles.

* Nombre de a quien entrevistamos y a qué se dedica.

[Javier Martínez](#) Ramírez, actual coordinador de la plataforma *FilminLatino* del Instituto Mexicano de Cinematografía.

* ¿Cómo fue que se organizó o se creó la plataforma de Filminlatino?

FilminLatino es la plataforma del Instituto Mexicano de Cinematografía (Imcine) que surgió de una alianza entre Secretaría de Cultura y la empresa española Filmin, de esta necesidad por estar a la altura de las nuevas tecnologías y ampliar la exhibición y consumo del cine en México para hacerlo llegar a más audiencias en el país. Priorizando la divulgación de la cultura para garantizar el acceso de los mexicanos a ver cine mexicano, apoyar en la formación de públicos e impulsar la educación audiovisual por medio de las vanguardias tecnológicas.

Además de nuestro contenido nacional, FilminLatino cuenta con títulos de otras nacionalidades, que diversifican las producciones en línea que ofrecemos para nuestros usuarios y que para acceder a ella es necesario adquirir una membresía mensual, semestral o de renta individual por película.

* Quienes no han tenido la oportunidad de saber que es Filminlatino, ¿a qué se dedica esta plataforma?

En FilminLatino ofrecemos un amplio catálogo de largometrajes de ficción, documentales, clásicos, cortometrajes, series, y películas para niños. Nuestro catálogo contiene una amplia variedad de películas de todos los géneros y nacionalidades, tanto de autores consagrados como de nuevos talentos. La oferta de títulos crece día a día y además podrás leer en nuestro blog temas de actualidad de la comunidad cinematográfica y sus realizadores, a nivel nacional e internacional.

A más de un lustro de su puesta en línea, se ha convertido en la plataforma de streaming del cine mexicano ya que actualmente es el servicio de streaming con el mayor número de producciones nacionales en el país. Esta oferta de contenido la ha distinguido de las grandes mayor del streaming, pues al ser un proyecto gubernamental los objetivos se inclinan más a un beneficio cultural/social, que propiamente comercial. Lo que explica el porqué la mayor parte de los títulos mexicanos se encuentran de forma gratuita.

* ¿Cómo funciona la renta o compra de la plataforma Filminlatino?

En FilminLatino ofrecemos tres modalidades y puedes elegir la que más te convenga:

1) Puedes rentar de manera individual películas y series pagando por evento y/o por estreno. Para esto debes ser un usuario registrado en FilminLatino.

2) Puedes suscribirte a FilminLatino contratando una suscripción mensual o semestral y tener así acceso a la mayor parte de las películas de nuestro catálogo (excepto las del diamante, que solo pueden rentarse). Al contar con una suscripción, automáticamente eres un usuario Premium de la comunidad FilminLatino.

3) Contamos con películas gratuitas donde puedes acceder a un amplio catálogo de cine compuesto por ficción, animaciones, cortos y documentales mexicanos. Para acceder a este catálogo debes ser un usuario registrado en FilminLatino, y podrás de forma totalmente legal y sin costo alguno disfrutar de buen cine nacional.

* ¿Filminlatino tiene algún vínculo con alguna otra plataforma?

Así es, trabajamos también en paralelo desde el Instituto con la plataforma Retina Latina que opera para toda latinoamérica, y nuestra función con ellos es hacerles llegar parte de nuestras curadurías al mes de acuerdo al ciclo temático que se esté manejando.

* ¿Filminlatino tiene una sección especial de cine nacional?

En nuestros inicios el contenido gratuito estaba seccionado en un apartado especial llamado Gratis MX pero actualmente al haber una afluencia en las películas nacionales sin costo ya ha pasado a formar parte del catálogo en general sin necesidad de que se subseccione.

* ¿Esta plataforma transmite alguna exhibición online de festivales de cine?

Debido a la actual contingencia mundial FilminLatino se ha convertido en la sede virtual de más de 200 colaboraciones con festivales, cineclubs, eventos cinematográficos y embajadas. El número de eventos crece exponencialmente cada año.

* ¿Los conflictos de pandemia COVID 19, afectaron o promovieron de algún modo los contenidos que transmite esta plataforma?

En comparación con años anteriores y debido a la contingencia a causa del COVID-19 la plataforma FilminLatino alcanzó picos muy altos de tráfico. En el pico se rozaron los 150

mil usuarios activos y ahora se ha estabilizado el tráfico por encima de los 60 mil usuarios aproximadamente.

Paulatinamente comenzaron a integrarse muchos más proyectos independientes, festivales, embajadas, muestras, distribuidoras, universidades y diferentes instituciones que encontraron en FilminLatino un espacio para alojar sus programaciones de forma digital al no poderse llevar a cabo de manera presencial.

* ¿Qué género de exhibición es el más consultado dentro de su plataforma?

El documental.

* ¿Esta plataforma cuenta con una función de algoritmos, que persuade al usuario con demasiado contenido?

No, FilminLatino se distingue por no manejar algoritmos y realizar sus curadurías a mano de acuerdo a la coyuntura de la cinematografía mundial. Esto nos da como resultado, mayor cercanía y calidez con nuestros usuarios.

* ¿Cuáles son los éxitos actualmente del cine mexicano que se transmiten en esta plataforma?

FilminLatino es una de las plataformas nacionales precursoras de las funciones especiales, ya que ofrece películas a la par de su estreno en salas de cine. Lo anterior ha llevado a apoyar a muchos cineastas alternativos para que sus películas sean vistas por más personas. Hasta ahora ha ofrecido más de 50 estrenos simultáneos durante sus cinco años.

* ¿Esta plataforma solo está disponible en México o en toda Latinoamérica?

Es importante destacar que FilminLatino solo opera en México por muchas razones, entre ellas porque sólo se adquieren o detentan los derechos de las películas para este territorio. Los estados con mayor tráfico son:

1) Ciudad de México

2) Estado de México

3) Guadalajara

4) Puebla

5) Yucatán

El concepto de cinematografía pública, debe estar ligado con una sociedad que no se encuentra envuelta hacia una lógica de mercado, como lo son plataformas trabajadas por el Instituto Mexicano de Cinematografía en colaboración con la secretaria de Cultura (como Filmin Latino). En México el sector del cine se enfrenta a problemas en fomento y

estrategias para tener una mayor exhibición hacia los diferentes grupos sociales de la población. Los nuevos retos de la política cinematográfica frente a las redes digitales, deben optar por brindarle un apoyo a las actividades de exhibición, un mercado más equitativo, para así garantizar que los medios gubernamentales sean efectivamente medios públicos³⁷ (Domínguez, J. 2012, 387).

³⁷ Una de las tareas hacia la política cinematográfica en México, se debe enfocar en fortalecer la pluralidad y diversidad de contenidos. La exhibición entra bajo dos escenarios económicos, la convergencia corporativa y la cultura participativa. El primer perfil es enfocado hacia las obras comerciales, mientras que el segundo contribuye a una cultura participativa, para que las obras sean accesibles a la población. Actualmente los procesos de distribución y exhibición se encuentran fragmentados, reduciéndose solo a las industrias más comerciales (Domínguez, J. 2012, 344).

Bibliografía.

Aguilar, A. (2021). *La industria del cine en México tras la pandemia; entre el terror y el suspenso*. Fimoteca UNAM. Ciudad de México.

Anuario Estadístico de Cine Mexicano 2020. Infraestructura de exhibición. (pág. 125-170) Secretaría de Cultura e IMCINE. En: <http://anuariocinemx.imcine.gob.mx/Assets/anuarios/2020.pdf>.

Anuario Estadístico de Cine Mexicano 2020. Cine Mexicano y Plataformas Digitales. Secretaría de cultura e IMCINE. (pág. 197-218). En: <http://anuariocinemx.imcine.gob.mx/Assets/anuarios/2020.pdf>.

Barbero, M. (1987). *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. México, Editorial: Gustavo Gili.

Bourdieu, P. (1979). *La distinción, criterios y bases sociales del gusto*. Editorial Taurus. Madrid, España.

Carmona, C. Sánchez, C. (2012). El fortalecimiento de la producción desde el IMCINE a través de la comunidad cinematográfica. En: *El Estado y la imagen en movimiento. Reflexiones sobre políticas públicas y el cine mexicano*. Pág. 313-338. IMCINE.

Cornelio-Marí, E. (2020). Melodrama mexicano en la era de Netflix: algoritmos para la proximidad cultural. *Comunicación y Sociedad*, En: <https://doi.org/10.32870/cys.v2020.7481>. Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, México.

Davalos, F. (2008). *El cine mexicano: una industria cultural del siglo XX*. Universidad Nacional Autónoma de México, Dirección General de Bibliotecas. Página web: <http://132.248.9.195/ptd2009/enero/0638571/Index.html>.

Deleuze, G. (1983). Tesis sobre el movimiento. En: *La imagen-movimiento, Estudios sobre cine I*. (pág. 13-27). Editorial Paidós.

De la Peña, M. (2014). *Por un análisis Antropológico del cine. Imaginarios fílmicos, cultura y subjetividad*. Ediciones Navarra. Ciudad de México.

Domínguez, D. (2012). La política cinematográfica frente a la convergencia digital: apuntes sobre la definición de la obra cinematográfica como contenido audiovisual. *En: El Estado y la imagen en movimiento. Reflexiones sobre políticas públicas y el cine mexicano*. Pág. 339-396. IMCINE.

Domínguez, J. y Rosas, A. (2019). Transformación de las ventanas y modelos de exhibición del cine mexicano. *En: Butacas, plataformas y asfalto. Nuevas miradas al cine mexicano*. (pág. 29-76). Editorial. PROCIECDMX.

Domínguez, J. Rosas, A. (2021). Introducción. *En: Públicos iberoamericanos del cine mexicano de la época de oro. Trayectorias analógicas y digitales de una identidad compartida*. (pág. 15-35), Editorial: PROCINECDMX. México

Guillot Hevia, E. (2021). Cine en la encrucijada. Audiovisual y nuevos modos de consumo. *En: Revista para análisis de la cultura y el territorio*. No. 22, pág. 79-85. España

Gómez, R. (2005). La industria cinematográfica mexicana 1992-2003, estructura desarrollo políticas y tendencias. *En: Estudios sobre las culturas contemporáneas, vol. XI, núm. 22*, (pág. 249-273). <https://www.redalyc.org/pdf/316/31602204.pdf>.

Guerra, E. (2010). Las teorías sociológicas de Pierre Bourdieu y Norbert Elías: los conceptos de campo social y habitus. *En: Estudios sociológicos, vol. XXVIII*. Núm. 83, pág. 383-409. Editorial: El Colegio de México.

Jullier, L. (2002). *¿Qué es una buena película?* Editorial: Paidós. Barcelona, España.

Lago, S. (2012). Comunicación, arte y cultura en la era digital. *En Ciberespacio y resistencias. Exploración en la cultura digital*. (pág. 123-142). Editorial: Herkht libros. Buenos Aires.

Lipovetsky, G. Serroy, J. (2007). La pantalla global. Cultura mediática y cine en la era hipermoderna. Anagrama. Barcelona.

Martel, F. (2011). *Cultura Mainstream, Como nacen los fenómenos en masas*. Editorial. Taurus.

Martínez, J. Padilla, R. Schatan, C. Vega, V. (2010). La industria cinematográfica en México y su participación en la cadena global de valor. *En: Serie Estudios y perspectivas*, N° 122, CEPAL. Ciudad de México.

Martínez, R. (2010). Multiculturalismo, cine mexicano e identidad. En: *Los desafíos primordializantes de El Jardín del Edén*. Biblioteca digital de Humanidades, Universidad Veracruzana. México.

Medina, C. (2016). Los millennials su forma de vida y el streaming. En: gestión y estrategia, departamento de administración. Núm. 50, pág. 121-137. UAM-A.

Medina, P. (2013). Palabras que hacen política: Interculturalidad. Contornos epistémicos sobre identidad, diferencia y alteridad. En: *Baronet, B. Medardo, U. Educación e intercultural, política y políticas*. (Pág. 151-176) Universidad Nacional Autónoma de México.

Mercader, Y. (2012). El cine como espacio de enseñanza, producción e investigación. En *Revista Reencuentro, núm. 63*, (pág. 47-52).

Morales, K. Morales S, etc. (2019). *El estado de las audiencias del cine mexicano: cinéfilos del circuito cultural de la Ciudad de México*. Secretaria de cultura, PROCINECDMX.

Morin, E. (2001). *El cine o el hombre imaginario*. Editorial Paidós. Barcelona, España.

Ochoa, C. Sandoval, D. Sosa, E. (2019). El cine mexicano, sus públicos y la exhibición situada en la Ciudad de México. un estudio de caso. En: *Butacas, plataformas y asfalto. Nuevas miradas al cine mexicano*. (pág. 183-250). Editorial. PROCIECDMX.

OECD (2018). *Plataformas digitales y competencia en mexico*. <http://oe.cd/dpcm>.

Reyes, J. (2018). Streaming México: Netflix y el cine mexicano vistos desde el neoliberalismo. En: *El ojo que piensa. Revista de cine iberoamericano*. (Pág. 129- 143). Editada por: Red de Investigadores de Cine (REDIC).

Rosas, A. (2012). Públicos de cine en México. En: *Alteridades*, vol. 22, núm. 44, pp. 41-58. Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Iztapalapa. Ciudad de México.

Rosas, A. y Rio, M. (2019). Multiplicación de las ventanas cinematográficas. Plataformas digitales en México. En: *Butacas, plataformas y asfalto. Nuevas miradas al cine mexicano*. (pág. 289-312). Editorial. PROCIECDMX.

Saavedra Luna, L. Avalos Tenorio, G. (2012). La reconfiguración de la industria cinematográfica mexicana. *En: El Estado y la imagen en movimiento. Reflexiones sobre políticas públicas y el cine mexicano*. Pág. 271-290. IMCINE.

Saavedra, I. (2006), El fin de la industria cinematográfica mexicana, 1989-1994. *En: Estudios Interdisciplinarios de América Latina y el Caribe, Vol. 17, N° 2*, (pág. 107, 127). <http://eial.tau.ac.il/index.php/eial/article/view/466/430>

Saavedra, L. (2007). *Entre la ficción y la realidad. Fin de la industria cinematográfica mexicana 1989-1994*. Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Xochimilco.

Salles, B. (2021). *La circulación del cine documental en tiempos de pandemia: experiencias de festivales en línea en Brasil y México*. *En: O Público e o Privado, N° 38 JAN/ABR*.

Sánchez de la Nieta, A. (2021). Cuando las plataformas se convierten en majors. *En: Revista Nuestro Tiempo*, edición verano 2021, Pág. 92-93. Pamplona, España.

Sánchez Ruiz, E. (2012). El tratado de Libre Comercio y la casi desaparición del cine mexicano. *En: El Estado y la imagen en movimiento. Reflexiones sobre políticas públicas y el cine mexicano*. Pág. 291-312. IMCINE.

Secretaría de Cultura. Estatuto orgánico del Instituto Mexicano de Cinematografía. Diario oficial, 5 de septiembre 2019, *En: <http://www.imcine.gob.mx/wp-content/uploads/2019/10/Estatuto-Orga%CC%81nico-del-IMCINE.pdf>*.

Sorlin, P. (1985). *Sociología del cine, la apertura para la historia de mañana*. Editorial: Fondo de Cultura Económica. México.

Tomlinson, J. (2001). Cap. 1 Globalización y cultura. *En: Globalización y cultura*. Pág. 1-36. Oxford University Press, Reino Unido.

Vidal, R. (2010). *Surgimiento de la industria cinematográfica y el papel del Estado en México (1895-1940)*. Editorial: Miguel Ángel Porrúa. México.