



Casa abierta al tiempo

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA
Unidad Xochimilco



LICENCIATURA EN
COMUNICACIÓN SOCIAL

Universidad Autónoma Metropolitana, Xochimilco

Licenciatura: Comunicación Social

Área de Concentración: Prácticas periodísticas en la Era Digital

Programa: Ciberperiodismo Universitario Multimedia

Reporte de investigación:

“El periodismo cultural en la era digital: El caso del cine independiente en México”



CINE CLAP

Integrantes del equipo:

Keila Cazares Solis, Dafne A. Ocegüera Valero, Andrea Itzel Aceves Zamora, Sara Paula Hernández Ortiz, José Alberto Constantino Flores.

Profesor Titular: Dr. Mauricio Andiön Gamboa

Profesores asociados: Mtro. Alejandro Juan, Lic. Carlos Gómez.

ÍNDICE

1. Introducción

1.1. Descripción del trabajo (periodismo cultural)

1.2. Objetivos de la investigación

1.3. Aspectos metodológicos

2. Problema de investigación

Planteamiento del problema (el caso del cine independiente)

2.1. Pertinencia

2.2. Relevancia

2.3. Vigencia

3. Marcos de referencia

3.1. Teórico

3.1.1. La teoría de los campos de Pierre Bourdieu

3.1.2. Campo cinematográfico en México

3.1.3. El cine y sus categorías

3.1.4. Las relaciones de poder en el campo del cine mexicano

3.1.5. El periodismo cultural en la era digital y su influencia en el cine independiente

3.2. Histórico

3.2.1. El periodismo cultural digital en México

3.2.2. Historia del Cine mexicano y el cine en la actualidad

3.2.3. Dogma 95 como corriente que intentó romper con el cine H

4. Hipótesis

La poca difusión del cine independiente se ve ligada a cuestiones económicas y políticas, puesto que al no contar con los recursos para posicionarse en el ojo público se ve desplazada por el cine comercial y se mantiene en las periferias de esta industria, ocasionando su poco consumo.

El trabajo del periodismo cultural actualmente responde a intereses capitalistas y hegemónicas, es decir, que las noticias se centran en aquellos eventos que cuentan con el capital para financiar promoción por parte de la prensa.

5. Hallazgos

5.2. El cine y el Estado

5.3. Educar cinéfilos

5.4. Los espacios alternativos como forma de fomentar cultura

5.5. Los presupuestos y el papel fundamental que tienen para la distribución de un filme

5.6. La era digital y su influencia en el Cine independiente

5.7. Periodistas culturales y su papel en la difusión de cine

6. Conclusiones

6.1. Divulgadores y difusores: un trabajo en conjunto para promover el consumo de cine independiente

7. Fuentes de información

Presentar bibliografía y fuentes consultadas durante la investigación organizada por categorías

8. Anexos Metodológicos

- Explicar los métodos y técnicas que se utilizaron para obtener la información empírica
- Anexar los instrumentos de recolección de datos

1. Introducción

Los medios deben entender que la cultura no se corresponde con la agenda de novedades de la industria cultural y que el periodismo es —entre muchas otras cosas— una representación del mundo (Carrión,2020).

El periodismo es una profesión que constantemente se encuentra en proceso de cambio, por la clase de actividades que realiza es necesario que esté a la vanguardia ya que es un camino de evolución interminable; la forma en que consumimos la información evoluciona y esto supone un reto para los medios de comunicación y el periodismo. Ciertamente no nos informamos de la misma forma que hace veinte años, hace diez e incluso antes de la pandemia.

De acuerdo con el autor Eduardo Andión (2009) se comprende al periodismo como una práctica colectiva la cual se especializa en la producción simbólica que supone una actividad institucional de agentes especializados que producen y transmiten lo que acontece en el espacio social, generando un presente social.

Sin embargo, el periodismo como práctica ha desarrollado un “pacto de lectura”, el cual se refiere a que la información es la percepción de la realidad social y su elaboración simbólica para transmitirla.

Es por eso que la presente investigación se concentró en el periodismo cultural que se encuentra conectado con la sociedad y sus cambios sociales, políticos, económicos y de las bellas artes.

“El periodismo cultural es una zona compleja y heterogénea de medios, géneros y productos que abordan con propósitos creativos, críticos, reproductivos o divulgativos los terrenos de las bellas artes, las bellas letras, las corrientes del pensamiento, las ciencias sociales y humanas, la llamada cultura popular y muchos otros aspectos que tienen que ver con la producción, circulación y consumo de bienes simbólicos, sin importar su origen”. (Rivera, 1995)

Se ha retomado al periodismo cultural como parte de esta actividad informativa dentro del pacto de lectura puesto que se ha enfocado dentro de la memoria social y siendo un fundamento para el producto simbólico de la cultura en todas sus vertientes.

El periodista cultural ha sido sometido al silenciamiento de los campos jerárquicos, porque la información cultural, de las humanidades y del arte no poseen una rentabilidad inmediata de la ganancia económica a diferencia de otras clases de información y bienes culturales, provocando la valorización y desvalorización de los productos culturales (Andion, 2009).

Los periodistas culturales tienen que vencer la inercia del sistema y abrirse a todos los géneros y lenguajes, para que las secciones de cultura den cabida tanto a los lenguajes tradicionales como a las nuevas narrativas digitales. Solo así nuestra profesión seguirá teniendo vigencia y sentido. (Carrión, 2020)

El incremento en los medios de comunicación ha formado nuevos soportes de suministro de bienes simbólicos por eso la forma en la que fluye la información ha cambiado, ahora se

informa a partir de distintos lenguajes como lo son las imágenes, videos, podcast, etcétera; la información es bilateral, es decir, el receptor espera ser un participante activo en la conversación, esto es porque la evolución de la prensa como campo dependerá de su demanda en la población del bien ofrecido.

Con este cambio el periodismo cultural también se ha modificado y podemos notar que ahora todos podemos ser parte de este flujo de información, generador, difusor o divulgador. Ahora todos somos parte de las redes de información que mueven al mundo.

Un género del periodismo cultural que se ha manejado durante más de un siglo ha sido el periodismo cultural cinematográfico. Aunque 1896 comienzan pequeñas filmaciones impulsadas por el presidente Porfirio Díaz , el periodismo cinematográfico no fue tomado en cuenta como un arte y tampoco se le dio un sentido cultural sino hasta 1917 tras el estreno del primer largometraje del cine mexicano. (Dávalos, 2011).

Desde el siglo pasado el cine ha evolucionado, y es la muestra más clara de que las bellas artes a pesar de ser técnicas antiguas y que han existido durante mucho tiempo, también han sufrido esta evolución tecnológica.

Actualmente el cine es una de las actividades de entretenimiento más importantes para la sociedad. Sin embargo, no solo se trata de divertir a las personas, sino que, al formar parte de las industrias culturales y creativas, la cinematografía también es importante en el rubro económico, pues según el estudio de la UNESCO *Repensar las políticas para la creatividad*, se calcula que dichas industrias generan el 3.1% del PIB mundial.

El cine en México ha sido un fenómeno histórico. Gracias a él hemos visto reflejada parte de la historia, la cultura y la sociedad mexicana. Una particularidad del séptimo arte es que este siempre se ve expuesto a factores políticos nacionales e internacionales. El cine mexicano no es ajeno a dicho fenómeno y durante esta investigación podremos notar que el Estado es un factor fundamental dentro de la industria del cine.

El tema del cine como industria en México es muy interesante y extenso, por lo que nos llevaría gran parte de la investigación explicar tan solo ese hecho, es por ello que hemos tomado solo una parte que conforma al cine: el cine mexicano independiente y las herramientas comunicativas que se ocupan para difundir esta clase de películas y que puedan ser conocidas y consumidas por la sociedad mexicana.

Hablar de difusión de cine también se trata de hablar de nuestra sociedad, y aunque es un ámbito perteneciente al periodismo cultural, actualmente pareciera que las dinámicas digitales han cambiado considerablemente la forma en la que consumimos información cinematográfica.

Es el cine una de las actividades que acompañan a todas las personas, todos han visto una película, una de las preguntas más comunes para conocer a alguien es ¿cuál es tu película favorita? Lugares, formas, estilos, gustos, colores, todas estas características podemos aplicarlas al cine, su importancia y relevancia en la sociedad ha sido tal que existen millones de hashtag con la palabra “cine” en ella.

La información que existe sobre el cine es extensa y conocida, entonces ¿cuál es el papel del periodismo cultural respecto al cine?

1.1. Descripción de la investigación

La presente investigación tiene como objetivo analizar el problema de la escasa cobertura periodística por parte de los medios de comunicación a temas relativos al cine mexicano independiente, el cual ha sido, en su mayoría, invisibilizado así como subestimado social y culturalmente en las últimas décadas en comparación con el cine comercial y hollywoodense.

Dicha relación asimétrica puede verse notablemente evidenciada a través del capital simbólico con que cuenta la industria del cine *mainstream*, en el cine, el *mainstream* se refiere a las películas que se producen y distribuyen con el objetivo de atraer a una audiencia amplia para generar ganancias significativas en la taquilla. Estas películas suelen seguir fórmulas y

convenciones narrativas populares por lo que tienden a evitar temas o estilos más arriesgados o de nicho, situación contraria a muchas de las producciones cinematográficas independientes, generalmente ubicadas a los márgenes de dicha industria.

A través de este trabajo buscamos analizar el sistema mediante el cual se difunde el cine mexicano independiente, conocido como aquél que es realizado fuera de la industria cinematográfica, de los circuitos comerciales y de las producciones habituales. Mismo que suele tener un espíritu de renovación expresiva y temática. de esta forma pretendemos conocer si las prácticas periodísticas, en específico el periodismo digital, influyen o no en el consumo de este tipo de cine.

Mediante una investigación documentada se construyen dos marcos de referencia uno teórico y otro histórico, con el propósito de explicar desde diferentes puntos de vista la problemática del cine independiente en nuestro país.

Utilizaremos conceptos teóricos como *campo* y *capital simbólico* de Pierre Bourdieu, para así poder dimensionar y comprender el gran esquema que representa la industria cinematográfica en México, los eslabones que la conforman, algunos de sus *agentes* más importantes y las esferas de poder que intervienen en el resultado de la poca difusión y consumo de este mencionado cine.

Consultaremos autores como Manuel Castells, quien nos permitirá contextualizar nuestro problema eje, en el entendido de que es necesario localizar al periodismo cultural en la era digital y así comprender la manera en que las prácticas periodísticas han cambiado con la evolución tecnológica, que le implicó al periodismo diferentes modificaciones en la producción, distribución, comercialización y consumo de la información.

Para generar un estudio empírico conformado con las experiencias de distintos informantes clave que nos proporcionen información y un panorama más extenso de nuestro objeto de análisis, nos valdremos de entrevistas que permitirán conocer elementos que nos podrían ser

ajenos al inicio de la investigación, aquellos que también servirán para refutar o reafirmar nuestra hipótesis.

Parte de la línea de nuestra investigación es conocer el funcionamiento del periodismo desde una perspectiva empírica, para ello se ha realizado un blog de internet llamado “*Cineclap*”, dentro del cual se pretende difundir no solo información acerca del cine mexicano independiente, sino también algunos lugares alternativos que proyectan este tipo de cine en la Ciudad de México y de esta forma contribuir con algunas aportaciones periodísticas propias.

1.2. Definición de objetivos

Objetivo general:

- Dada la escasa cobertura y difusión periodística hacia temas relacionados con el cine independiente mexicano, esta investigación busca analizar el fenómeno del cine independiente en México y cuál es el papel del periodismo cultural en esta problemática, también buscamos proponer un proyecto que haga uso del periodismo digital para generar divulgación relacionada al cine independiente mexicano.

Objetivos específicos:

- Evidenciar el papel del periodismo cultural en la sociedad.
- Analizar el campo del cine mexicano y las dinámicas bajo las que se rige.
- Conceptualizar los agentes y agencias que caracterizan el campo del cine mexicano independiente.
- Comprender las dimensiones y planos entorno a la difusión del cine mexicano independiente.
- Conocer cuáles son las consecuencias de la difusión y cobertura periodística del cine independiente.

- Informar sobre la relevancia del cine independiente en la era digital, así como la importancia de apoyarlo, realizarlo, financiarlo, difundirlo y consumirlo.

1.3. Aspectos metodológicos

Para realizar la presente investigación haremos uso del método cualitativo, específicamente de las entrevistas a profundidad a informantes claves que hemos observado que son importantes dentro de nuestro campo de estudio (cine independiente mexicano). Estos datos se han obtenido por medio del análisis de la teoría de los campos de Pierre Bourdieu, la cual planteamos más adelante en nuestro marco teórico.

Los informantes clave nos servirán para conocer las dinámicas del cine independiente en la industria del cine en México, con base en la interpretación de los resultados obtenidos, generaremos nuestros hallazgos y conclusiones.

Para llevar a cabo el desarrollo del siguiente estudio de caso, se realizará un marco conceptual cuya principal función es definir, esclarecer, puntualizar y orientar al lector acerca de los conceptos y autores abordados durante la investigación, esto con el fin de explicitar y reforzar a través de ello, al enfoque como el hilo conductor que trabajaremos durante todas las fases del proyecto.

Paralelamente trabajaremos con una metodología cuantitativa pues durante nuestra investigación hemos encontrado, estadísticas, encuestas y gráficas que nos serán de utilidad para complementar los resultados obtenidos en las entrevistas. Haremos uso de datos cuantitativos, por ejemplo, para nuestro directorio de centros culturales y lugares que generan difusión sobre películas de cine independiente.

Desde esta perspectiva, y como herramienta contextual de la problemática, pro seguiremos a indagar y consultar acerca de los antecedentes del cine mexicano y del por qué actualmente el periodismo cinematográfico se centra (en su mayoría) solo en críticas, reseñas o notas de

películas comerciales, dejando de lado lo que sucede con las propuestas de cine independiente.

2. Problema de investigación

Planteamiento del problema

Para el mercado cinematográfico no hay mejor combinación que la de un país que sea buen productor y consumidor de cine al mismo tiempo, pues esto permite la consolidación de una industria cinematográfica rentable, y qué mejor cuando se trata de una industria mayoritariamente nacional.

En cambio, ¿qué pasa cuando un país es un buen productor y consumidor de cine, pero no es un cliente muy frecuente de sus propias producciones? bajo esta situación se encuentra México.

Según datos de Forbes y otras fuentes, México ocupa uno de los primeros lugares en el ranking de los países más taquilleros del mundo. La industria del cine utiliza dos cifras para medir el tamaño del mercado, la primera es el número de boletos vendidos; la otra, los ingresos recaudados en un periodo de tiempo. Según la primera variable, India, China y Estados Unidos lideraron los tres primeros lugares en 2018, seguido de México, Rusia, Corea del Sur, Francia, Japón, Reino Unido y Brasil. (Forbes, 2019)

En 2020 y 2021, los ingresos en la taquilla mexicana fueron 3 mil 460 y 5 mil 750 millones de pesos, de manera respectiva, según estadísticas de la Cámara Nacional de la Industria Cinematográfica (Canacine), que anunció 165 millones de boletos vendidos en 2022, en

contraste a los 60 y 89 millones de los dos años anteriores. Esto quiere decir que, para 2022, luego de que las cifras cayeron debido a la pandemia, México corroboró su regreso a las salas de cine con 10 mil 853 millones de pesos de ingresos en taquilla. (La Jornada, 2022)

Esto quiere decir que México es uno de los principales productores de películas a nivel mundial, ocupando el onceavo lugar, por detrás de India, China, Estados Unidos, Japón, Corea del Sur, Francia, Reino Unido, España, Alemania y Argentina. (El orden mundial, 2019). Entonces, si en México se produjeron 259 largometrajes nacionales, y el país es el cuarto consumidor de cine a nivel mundial, ¿por qué solo el 4% de las asistencias a las salas de cine en 2021 le pertenecieron al cine mexicano? (IMCINE 2021)

Este problema en que el cine mexicano generalmente queda desplazado en comparación con el cine mainstream o Hollywoodense no es nuevo, pues lleva varias décadas sucediendo. El poco consumo de películas nacionales no es la única razón de dicho fenómeno, pues las bajas cifras también son consecuencia de los modos de difusión mediática, así como la distribución y exhibición que se la da a nuestro cine.

Por ejemplo, es común que los medios de comunicación publiquen noticias mayoritariamente relacionadas con películas, directores, actores y actrices que ya cuentan con una buena cantidad de popularidad, dejando de lado la cobertura a los proyectos independientes.

Por otro lado, los procesos de distribución y exhibición son factores que en ocasiones impiden que muchos filmes vean la luz del sol, o se queden “enlatados”, como se suele decir de manera informal.

Esto debido a que las distribuidoras mayores como *Paramount Pictures*, *Sony Pictures Entertainment*, *Twentieth Century Fox*, *Universal Pictures*, entre otras, suelen tener prácticas comerciales leoninas con el duopolio Cinemex-Cinépolis, lo que deja en ventaja a las empresas transnacionales que programan, promueven y señalan tanto las películas como las fechas de exhibición según su conveniencia y de acuerdo con sus intereses.

Sin embargo, no todos los filmes nacionales corren con la misma suerte, pues existen cintas a las que les va muy bien en taquilla, y esto a veces depende del género cinematográfico al

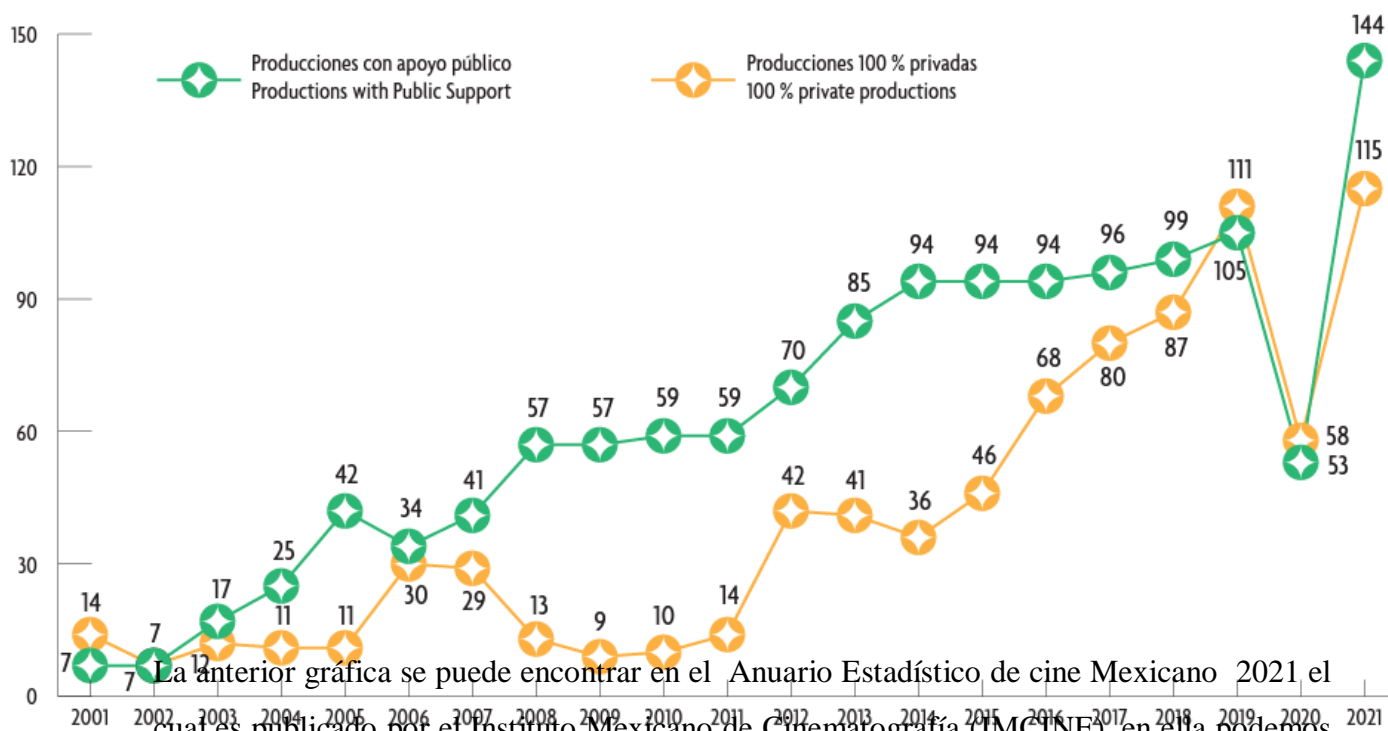
que pertenezcan. En palabras de Alberto Scheffler, gerente de ventas de Diamond Films “Hay ciertos géneros que funcionan más que otros.

Aquí en México funcionan muy bien las películas de acción, las comedias, las de superhéroes, las familiares, las animadas y las de terror. También influye mucho el elenco que tiene una cinta, si es conocido o no”. (Excélsior 2018).

Lo anterior tiene gran relevancia, pues efectivamente, en México las películas nacionales más exhibidas y consumidas son las de comedia romántica, comúnmente caracterizadas por una falta de desarrollo profundo en sus tramas e historias, que no suelen invitar a ningún tipo de reflexión o temática de interés más allá del mero entretenimiento. Además de que, suele haber una evidente hegemonía en el *star system* que regularmente protagoniza el cine mexicano comercial.

2.1. ¿Cuál es la pertinencia del problema de investigación?

Gráfica 39. Número de largometrajes mexicanos registrados en 2001-2021



La anterior gráfica se puede encontrar en el Anuario Estadístico de cine Mexicano 2021 el cual es publicado por el Instituto Mexicano de Cinematografía (IMCINE), en ella podemos observar los largometrajes mexicanos registrados y los recursos utilizados (públicos o privados) para realizar dicho largometraje.

A excepción del año 2020 y por causas de pandemia, podemos observar un alza en las producciones iniciadas y realizadas desde el año 2001 hasta el año 2021, se trata de un claro aumento en la producción que no se ha visto desde hace tiempo.

En la actualidad, se puede producir cine hasta con un celular; cómo es el caso de “*Tangerine*” (2015) del director Sean Baker, que al utilizar dicho formato, consiguió que el film tuviera mucha repercusión y estuviera en boca de toda la crítica cinematográfica. La película fue grabada con iPhone 5s, modelo que salió a la venta en 2013.

En una entrevista con Film Courage, Sean Baker habló no solo de la experiencia de rodar con un dispositivo diferente a las cámaras cinematográficas, sino también destacó las ventajas creativas de probar estas nuevas técnicas.

Y aunque es un método relativamente nuevo, es un claro ejemplo de los productos cinematográficos que se puede hacer con un presupuesto menor, esto es importante de mencionar, debido a que gran parte de la problemática de las películas de cine independiente radica justamente en los pocos recursos económicos (tema que abordaremos más adelante).

La técnica de celular no es la única, cada vez se crean nuevas cámaras compactas, económicas y que cuentan con buenas características para grabar videos. Cualquier persona con conocimientos básicos de grabación puede acceder a esta clase de dispositivos y generar su propia propuesta fílmica.

El problema radica cuando la producción de cintas mexicanas sube y paradójicamente el consumo y recaudación taquillera para dichas películas baja. Según el anuario anteriormente mencionado, de los 110 millones de asistencias que hubo en cines mexicanos, solo 4.9 millones eran pertenecientes a películas mexicanas.

Un factor problemático en la distribución y exhibición de cine mexicano, radica en que el número de producciones puede seguir subiendo, pero la industria del cine independiente

mexicano no puede posicionarse en el ojo público si no existen audiencias interesadas en verlo y sobre todo que hagan circular los largometrajes.

Las industrias del entretenimiento son fundamentales para el flujo socio-económico de un país, es por ello que la difusión del cine nacional es pertinente para la sociedad, pues conocer esta problemática puede ayudar a visibilizar y promover el cine mexicano independiente, el cual se ha mantenido en los límites de la industria cinematográfica.

2.2. ¿Por qué es relevante hablar del cine independiente en México?

Según datos de la revista digital *El Tiempo* se calcula que la plataforma de streaming *Netflix* cuenta con poco más de doscientos treinta cinco millones de abonados a nivel mundial, esta es la plataforma líder en contenido de streaming en el mundo y gran parte de su éxito se debió al confinamiento por la pandemia.

No solo hablamos de las plataformas, sino también de los estudios que recaudan al año cantidades exorbitantes de dinero, en este caso *Warner Bros* a fecha de enero de 2023 se ha posicionado como el estudio que más ganancias ha recaudado, estamos hablando de casi cincuenta mil millones de dólares (Statista, 2023)

Es evidente que la hegemonía de la industria cinematográfica se encuentra en las grandes empresas transnacionales, quienes frecuentemente acaparan cines y salas de exhibición, mientras que las películas pertenecientes al cine independiente, cine de arte y cine de autor tienen que conformarse con pequeños círculos conformados por audiencias específicas.

De esta forma, podemos notar una clara discriminación social y económica hacia el cine independiente que por sus mismas características y condiciones se ha visto relegado. Es así que existen ciertas películas pertenecientes al ámbito del espectáculo que no solo reciben millones de pesos, sino que se encuentran en tendencia durante todo el transcurso que permanecen en las salas de cine, mientras que otros filmes que no son tan comerciales, apenas y duran unos cuantos días en la cartelera de cines poco concurridos. El capital simbólico que

se les destina a las grandes producciones, puede ir desde la publicidad, los actores que participan (lo que comúnmente se conoce como *Star System*), los efectos que se utilizan o las historias que narran..

Y aunque estas películas ya cuentan con campañas masivas hechas por la misma industria, las audiencias ahora también son partícipes de esta comunicación bilateral y generan cierta preferencia por el largometraje.

La importancia de que el periodismo cultural dedique esfuerzos a abrir espacios para promover y posicionar en redes digitales las películas de cine independiente, radica justamente en la tendencia de consumo que creemos que se puede generar con esta estrategia. Se trata de difundir la información relativa a la exhibición de películas mexicanas independientes. El primer paso para generar audiencias es el crearlas, y hoy en día podemos hacerlo a través del periodismo digital. En el 65% de las películas hechas en México se ocuparon las redes sociales como formato de difusión.

2.3. La vigencia del periodismo cultural en los medios digitales

“Nos encontramos con un nuevo ecosistema en el que los periodistas culturales están dejando de asociarse exclusivamente a un medio concreto para construir su propia marca personal y crean contenidos diversos al alcance de distintas audiencias con las que han construido relaciones a través de múltiples medios y plataformas.”

En su artículo "*Periodismo cultural: nuevas encrucijadas, nuevos tiempos*", Charo Ramos nos habla sobre la nueva perspectiva para el periodista dedicado al ámbito cultural: se trata de una nueva especie de periodista que genera su trabajo a través de distintas plataformas y en distintos lenguajes. Nos gustaría hablar de este como el enfoque ideal para aquellos quienes queremos hablar de cine independiente mexicano.

Desde que aparecieron las nuevas tecnologías y comenzó la era digital, constantemente hemos estado actualizando la forma en la que nos comunicamos. Como consecuencia de esto,

han cambiado muchísimas cosas, entre ellas la manera y el ritmo en que la gente se informa de lo que pasa en el mundo. Esto ha sido posible debido a la cercanía que actualmente tenemos con la red de internet y los dispositivos electrónicos. Es decir, somos lo que Manuel Castells llamaría una “sociedad red”, la cual comprende el conjunto de relaciones posibles en el ser humano, aumentadas en la última década, debido a internet.

Por lo tanto, todo esto ha desencadenado que los medios de comunicación, incluyendo los periodistas culturales, hayan tenido que adaptarse a estas condiciones. Por otro lado, una de las oportunidades que han traído todos estos cambios y tecnologías, es el hecho de que el periodismo digital cuenta con herramientas que antes no, pues ya existen múltiples plataformas y aplicaciones que optimizan el trabajo del periodista en esta época de inmediatez. Además, una ventaja de los medios digitales, es que estos no tienen algunos de los inconvenientes que se presentaban en los medios tradicionales. Por ejemplo, en los periódicos y revistas se tiene muy contado el espacio que se le va a dedicar a cada página y contenido, mientras que en una página, o foro de internet, se puede escribir sin límite alguno.

Entonces, si los medios se han adaptado a la dinámica en que la gente se informa, es igual de necesario que actualicemos la manera en la que difundimos el cine independiente en México. Sí podemos observar esta problemática, entonces podemos ayudarnos de las nuevas tecnologías para resolver aquellas situaciones que afectan a nuestra sociedad.

Las redes sociales, las plataformas transmedia y hasta la inteligencia artificial son herramientas que son innovadoras para nosotros, fáciles de usar y en muchos casos su costo es relativamente bajo, estas y otros instrumentos digitales pueden servir a nuestro favor para que más gente pueda ser parte de la difusión del cine mexicano independiente.

3. Marcos de referencia

3.1 Marco teórico

3.1.1. La teoría de los campos de Pierre Bourdieu

En este apartado se encuentran los conceptos teóricos que se utilizan en esta investigación para identificar parte de los principales agentes y agencias que conforman el campo de la industria cinematográfica en México, así como los roles que estos ocupan, y su incidencia en la situación actual del cine mexicano.

Consideramos que la teoría de los campos de Pierre Bourdieu es fundamental para entender el funcionamiento del “campo” de la industria del cine, y por consiguiente, nos permitirá conocer la dinámica y el *modus operandi* con el que opera dicha industria en México.

Empezaremos proporcionando una breve explicación sobre la teoría de los campos desarrollada por Pierre Bourdieu, se trata de un marco conceptual que busca comprender las dinámicas sociales y culturales que influyen en la distribución del poder, los recursos y las formas de capital en una sociedad. Bourdieu analiza cómo y por qué las interacciones entre los diferentes campos sociales y culturales dan forma a las relaciones de poder así como a las prácticas individuales y colectivas.

El primer concepto del que haremos uso será del término *campo*. Bourdieu concibe los campos como espacios sociales estructurados en los que los individuos y las instituciones compiten por el acceso y la acumulación de capital, pueden ser distintas formas de capital, por ejemplo, económico, social y cultural. Cada *campo* tiene sus propias reglas, normas y jerarquías internas que determinan las dinámicas, posiciones y los recursos disponibles para los participantes.

Para Bourdieu los individuos se apropian de las estructuras y las reglas de los *campos* a este fenómeno se le denomina *habitus*. Se trata del conjunto de disposiciones y esquemas mentales adquiridos a través de la socialización dentro de un campo, el *habitus* actúa como una lente a través de la cual los individuos perciben y actúan en el mundo, moldeando sus prácticas y decisiones.

Para Bourdieu dentro de los campos se libran luchas simbólicas por el reconocimiento, el prestigio y el poder. Estas luchas se dan a través de la producción y el intercambio de bienes simbólicos, como el arte, el conocimiento y la cultura. Los agentes en el campo compiten por imponer su visión del mundo y legitimar sus prácticas, buscando acumular capital simbólico y social.

El autor también enfatiza que los campos están marcados por una interacción constante entre las relaciones de poder y la dominación. Aquellos agentes y agencias que poseen más capital (económico, cultural o social) tienen una ventaja en la lucha por el poder y pueden llegar a ser más influyentes en el campo; estas relaciones de poder se refuerzan y reproducen a través de procesos de legitimación y exclusión.

De igual forma cada campo se rige bajo sus propios términos y condiciones y a pesar de ello puede convivir con otros campos o estructuras; bajo el entendido de que estos campos se rigen con sus propias lógicas y dinámicas internas cada campo puede concebir el capital, las relaciones de poder y sus habitus de distintas formas, pero las interacciones entre estos no cambian.

Sin embargo, también están conectados y atraviesan otros *campos* y estructuras sociales, lo que da lugar a tensiones y conflictos. La teoría de los *campos* de Pierre Bourdieu sirve para proporcionarnos una mejor perspectiva para comprender las dinámicas sociales y culturales.

Por medio de su enfoque en los *campos* como espacios de lucha y acumulación de capital, podremos comprender el porqué de la poca difusión de cine independiente y cuál es el papel que cumple el periodismo cultural dentro de esta industria.

3.1.2. El campo cinematográfico en México

Es así que el primer concepto a desglosar es el mismo concepto de campo, aplicado a la industria cinematográfica. Según Bourdieu se trata de un conjunto de agentes que trabajan dentro de este campo y todas las agencias que participan, para este conjunto en específico

hablamos de las casas productoras (Videocine, pimienta films, etcétera), los estudios de grabación (Universal Studios, Warner Bros, entre otros), directores de cine, festivales, actores, productores, camarógrafos, salas de exhibición (Cinépolis o Cinemex), divulgadores y periodistas.

Entendemos por campo cinematográfico todo este sistema dividido que junto crea todo el sistema de producción audiovisual. La estética, que vendría siendo las películas ya terminadas, lo industrial, refiriéndose a toda la producción de la misma; y por último el sentido social, que conforman todos los receptores a los cuales va dirigida la película.

Cada agente y agencia se encuentra acompañado un de volumen de capital, cómo su nombre lo dice, se trata de una moneda de cambio, un bien que recibe el agente o agencia, puede ser tangible o intangible y es aquel bien que recibe y le proporciona un valor si es parte importante dentro del campo cinematográfico.

La composición de capital responde a un *capital simbólico*, aquel que adquiere el agente/agencia por tener cierto grado de participación en el campo, este puede tratarse de capital social, aquel que adquiere y le proporciona cierto prestigio. Por ejemplo: un actor consumado adquiere capital social a ser conocido dentro del campo por sus actuaciones; capital económico, un director de cine conocido por la buena dirección que tienen sus obras puede obtener grandes cantidades de dinero que le ayudarán a generar una nueva película y por último: el capital cultural, este capital está ligado al conocimiento cultural, experiencias o habilidades que puede tener algún agente, por ejemplo: algún director que ha creado su primera obra, la cual está bien ejecutada, se trata de aquél bagaje de conocimientos que tiene este agente sobre la técnica, el arte, la historia o la ejecución para realizar su obra.

Con el objetivo de esclarecer mejor la información antes mencionada, presentamos la siguiente tabla que categoriza a los agentes y agencias del campo cinematográfico.

Campo cinematográfico				
Agentes	Volumen de capital	Composición de capital	Estado	Clases

Directores de cine	Premios y prestigio	Cultural y social	Institucionalizado, incorporado (objetivado)	Cineasta
Actores y actrices	Premios y reconocimiento	Social y cultural	Institucionalizado e incorporado	Artista
Productores ejecutivos	Dinero y prestigio	Económico y social	Objetivado (incorporado)	Productor
Divulgadores y periodistas	Prestigio y conocimiento del campo	Cultural y social	Incorporado	Divulgadores
Agencias				
Casas productoras	Dinero y reconocimiento	Económico y social	Objetivado e institucionalizado	Casas productoras
Festivales	Dinero, reconocimiento y prestigio	Social, económico y cultural	Institucionalizado y objetivado	Tipo de festival
Escuelas de cine	Prestigio y reconocimiento	Cultural, económico y social	Institucionalizado y objetivado	Escuelas
Premiaciones	Prestigio y reconocimiento	Social, económico y cultural	Institucionalizado y objetivado	Premios
Fideicomisos (IMCINE)	Dinero	Económico	Objetivado	Instituciones
Casas de cultura	Reconocimiento	Cultural y social	Institucionalizado y objetivado	Casas de cultura
Plataformas digitales	Reconocimiento	Económico y social	Institucionalizado y objetivado	Plataformas de <i>streaming</i>

Tabla 1: Campo cinematográfico creada para esta investigación

El estado se trata de aquella circunstancia en la que se encuentra el agente/agencia: el institucionalizado hace referencia a la situación en que el agente/agencia ha sido reconocida por alguna institución, ejemplo, un actor puede estar institucionalizado por un premio, en este caso un Oscar. El estado incorporado se trata de aquel en que un agente/agencia ha obtenido debido a su contexto, por ejemplo un actor que es hijo de padres actores y por lo tanto conoce la industria y ha sido parte de ella desde hace tiempo. El estado objetivado se trata de todos aquellos recursos con los que cuenta el agente o agencia, en este caso un estudio de grabación tiene los recursos, económicos, humanos y de material (cámaras, set de grabación, etcétera) para producir un filme.

Por último, las clases, estas nosotras las hemos asignado para fines de categorización práctica y nos sea más sencillo identificar con qué clase de agente estamos trabajando. En esta primera tabla podemos conocer a aquellas agencias, agentes e instituciones que conforman el campo cinematográfico y como ya hemos aclarado no se trata de todos sino de aquellos que consideramos importantes y que son parte fundamental del campo del cine mexicano.

La industria del cine en México es un complejo objeto de estudio, debido a que se refiere a un conjunto de actividades culturales que se posicionan como las más importantes del país (Ruíz, 2019), pero se debe puntualizar qué sucede en cada una de sus fases las cuales son; producción, distribución, circulación y difusión. Por tanto, se debe dar información pertinente acerca de cada fase y desarrollar tópicos relevantes para la presente investigación.

Producción

Es la primera fase, por lo tanto en esta se encuentra el proceso de creación y rodaje de una película, dentro de esta misma está no solo el ya mencionado proceso creativo sino también el proceso de financiamiento, puesto que dicha producción se trata de un procedimiento de búsqueda, esto debido a que existen diferentes tipos de financiamiento.

Los financiamientos más importantes son a través de préstamos bancarios, los cuales saben que únicamente pueden ofrecer parte de la propiedad intelectual. inversionistas a veces son por parte de la casa productora así como de diferentes empresas y personas que otorguen el capital; preventa del proyecto consiste en la colecta del dinero a través de la venta de derechos de distribución y de exhibición de la película; y subvención de parte del estado es un procedimiento para recibir un apoyo económico a través de FIDECINE .

Dentro de esta fase intervienen diferentes agentes y agencias tales como el director de cine, el cual es responsable de la completa producción de una película en términos artísticos, mientras que en términos administrativos, económicos y distribución es el productor o casa productora. Así mismo intervienen los actores y actrices como el talento que le da vida a los personajes del filme.

Distribución

Dentro de esta fase se localiza aquel proceso por el cual una película se pone al alcance del público en general, esto se lleva a cabo por un distribuidor profesional, el cual determina la estrategia de mercadotecnia, la fecha de estreno y hasta el medio por el cual se mostrará.

Las producciones cinematográficas llegan a ser exhibidas ante las audiencias a través de cines, festivales, televisión o servicios de streaming, en cambio con proyectos comerciales, la distribución cinematográfica usualmente es acompañada de promoción para esta. En la actualidad parte de esta promoción son los famosos *tráilers*, es decir, el extracto que presenta el resumen de la película a estrenar.

El lugar determina el poder y la catalización de lanzamiento, puesto que hay una gran brecha en el mundo occidental para dicha acción, debido a que las empresas de origen estadounidense se han visto consagradas con el poder, a diferencia del cine europeo en el que tanto sus empresas productoras como distribuidoras son más pequeñas y algunas tienen subsidios estatales.

Sin embargo, se debe comprender que esta parte de poner a disposición del público los largometrajes se da a través de tres principales medios que son: salas de cines, festivales y la venta a plataformas de streaming y televisoras.

Circulación

La circulación de los productos audiovisuales y/o cinematográficos es determinada no solo por el productor y/o director sino también por el estado, esto es porque existen productos nacionales e internacionales, así que debe ser regulado a través de políticas e iniciativas que apoyen la industria.

Parte de esta circulación dentro del territorio mexicano se ve enfocada en el cine extranjero porque México es uno de los mercados más importantes a nivel mundial para la exhibición

de películas, aunque poco aprovechado por la cinematografía mexicana (Martínez, 2010), esto es significativo debido a que la cartelera se ve repleta de cine hollywoodense.

Cuando se habla de políticas y normativas públicas se debe hacer mención en el cambio que se dio en la Ley del Cine en 1997 en donde se redujo el porcentaje de exhibición para películas. De un 50% a solo 10% de las exhibiciones son producciones mexicanas (Hinojosa, 2018), sin embargo, esto va enfocado mayormente a los dos emporios de salas de cine como Cinemex y Cinépolis.

“Para los exhibidores, el cine mexicano tiene que hacer películas que conecten con el público, diseñar una buena campaña de distribución y marketing, mientras que la comunidad cinematográfica pide mejores salas de cine, más tiempo en pantalla y mejores horarios...” (Gutierrez, 2015)

Difusión

La difusión es la última fase dentro de la industria cinematográfica, por lo que en esta es en la que se da a conocer la película, por lo que ya es para proyección a través de sitios específicos con los cuales se llegaría a público general o específico.

Actualmente las salas de cine siguen siendo una de las ventanas de distribución más explotadas por el medio, seguido de las plataformas de streaming. En México se cuentan con 7,361 salas de cine y 700 espacios alternativos a lo largo del país.

Así mismo, dentro de las ventanas de distribución también están los festivales de cine, los cuales actualmente su negocio es el prestigio, puesto que son el medio para concretar colaboraciones, contratos, etc., de esta manera se puede comprender la necesidad de que el filme llegue a estas instancias.

Algunos de los festivales más importantes de México son: Festival Internacional de cine de Morelia, Festival Internacional de Guadalajara, Festival Internacional de Guanajuato, Los Cabos Film International.

La escasez de financiamiento, la gran competencia de las producciones de Hollywood, la debilidad normativa y legal de la industria, la falta de políticas públicas integradas que promuevan la producción mexicana, la falta de espacios mediáticos que promueven el consumo de cine independiente, además, las restricciones en la distribución e internacionalización que reprimen a la industria mexicana son causas de la problemática que enfrenta el cine mexicano actual .

“La exhibición de películas nacionales, por desgracia, sigue siendo la tarea pendiente, ya que no ha tenido los mismos incentivos que la producción... Si bien en los últimos años se ha incrementado el número de estrenos en pantalla, las cifras no llegan a la cantidad de estrenos que se tenían antes de los cambios en la legislación, los cuales se dieron en paralelo a la entrada del TLCAN, estrenos que eran más proporcionales a la producción, favoreciendo ahora más a las películas extranjeras, básicamente estadounidenses.” (Hinojosa, 2018)

Diferencia entre difusión y divulgación

Ambos conceptos se ligan, pero no son lo mismo y es pertinente hacer mención de la diferencia que tienen, puesto que se ven involucrados en distintos objetivos del emisor para el receptor y así mismo jerarquizar la demanda del receptor.

La divulgación a partir de su definición, es hacer que el conocimiento llegue a muchas personas, sin embargo, dentro de su proceso se encuentra la estructura de la formación de los productos simbólicos y mantienen que no hace falta una preparación cultural de parte de su receptor y se van más al enfoque educativo.

Por otro lado, la difusión por su definición es la búsqueda de que el conocimiento llegue a dominio de muchas personas, lo cual hace que sean casi sinónimos, pero la gran diferencia radica en su proceso, puesto que asume que sus receptores tienen mayores conocimientos y saberes implícitos del lenguaje y la cultura, así mismo existe un asimétrico pacto de lectura.

El cine y sus categorías

Ahora que conocemos a los agentes importantes dentro del campo cinematográfico, hemos de conceptualizar aquellos términos que utilizaremos de manera recurrente en la investigación y empezaremos con el que consideramos más importante, no porque se encuentre encima de los demás sino porque es aquel que utilizaremos frecuentemente en este documento.

Para comprender la posición del cine independiente en México, primeramente, hemos de conceptualizar el término Cine independiente y a sus congéneres, es decir, la clase de cine en la que podemos categorizar las películas.

Cine no comercial/Cine alternativo

El cine no comercial se refiere a películas que no están diseñadas principalmente para atraer a un gran público y obtener beneficios económicos masivos. Estas películas a menudo se alejan de los géneros y estilos tradicionales de la industria cinematográfica comercial y buscan explorar temas más arriesgados, experimentales o artísticos. Por lo general, el objetivo del cine no comercial es expresar una visión personal o transmitir un mensaje social o cultural más profundo, en lugar de buscar el éxito financiero.

El cine alternativo se refiere a películas que se apartan de los cánones y convenciones establecidos por la industria cinematográfica dominante. Estas películas suelen desafiar las normas narrativas, los géneros establecidos y los estilos convencionales de hacer cine. Este tipo de cine busca experimentar con nuevas formas de narración, estilos visuales innovadores y explorar temáticas y perspectivas que no son comunes en el cine comercial.

Para fines de esta investigación utilizaremos los siguientes términos para categorizar aquel cine que por la forma en la que se produce no responde a las narrativas del capital económico, por lo tanto, cuando se mencionen estos conceptos dentro del texto nos referimos a todas las categorías de cine ejemplificadas a continuación a excepción del cine comercial. Utilizaremos este término como sinónimo de cine independiente.

Cine independiente

Cuando nos referimos a la independencia de una filmación podemos referirnos a dos vertientes, el cine independiente puede definirse primeramente por la independencia del autor a narrativas comerciales o que son producidas con el fin de generar capital económico. Estas narrativas independientes pueden contener diversos temas como problemáticas sociales o presentar narrativas ligadas al arte y a la composición fotográfica, son aquellas proyecciones donde el director experimenta con historias distintas a la clásica historia hollywoodense.

Existe también otra característica del cine independiente y es aquella independencia económica, es decir, que el director de cine no cuenta con algún apoyo financiero de una casa productora grande o que no fue hecha con el fin de comercializar su producto; estas dos características pueden estar ligadas o pueden trabajar por separado, pero las películas de cine independiente mexicano se caracterizarán por mantener siempre el primer punto y en algunas ocasiones a la par mantendrán la segunda característica. (Calónico, 2023)

En la década de los 70 's existió un movimiento que pretendía renovar el cine mexicano, se trata del cine independiente, conocido como aquél que es realizado fuera de la industria cinematográfica, de los circuitos comerciales y de las producciones habituales. Mismo que suele tener un espíritu de renovación expresiva y temática.

Son aquellos productos cinematográficos que replantean y experimentan con el sentido del cine, con sus historias, el cine independiente generalmente busca crear conciencia social, por eso es común que se lleguen a tocar temas como la ideología de género, los pueblos indígenas, desigualdades sociales, cine documental, etcétera.

Cine extranjero

El término de “películas extranjeras” se refiere a las producciones que fueron realizadas fuera de la industria hollywoodense. Particularmente estas películas se oponen a la estética y valores del cine comercial estadounidense.

El cine de América Latina y el cine nacional son comúnmente identificados como parte del cine mundial. Este término de “película extranjera” ha sido fuertemente criticado por amercacentrismo y por ignorar la diversidad de diferentes tradiciones cinematográficas de todo el mundo. Al referirse “extranjero” se refiere a “no inglés”. Denominada de esta forma y no como es comúnmente reconocida.

Cine de arte:

La definición de arte conlleva una gama tan amplia que daría para llenar libros enteros, existen definiciones tan básicas como “toda forma de expresión creativa del ser humano” o al contrario, una definición como la del crítico James Mónaco que se refiere al cine de arte como: *“una herramienta para describir el universo y nuestro lugar en él”*.

El cine de arte, como el arte en sí, tiene otras intenciones expresivas, más allá de sólo generar dinero, su objetivo puede ser dar sentido a nuestra realidad y también pueden ser expresiones artísticas como fin en sí mismas (el arte por el arte).

Para ello, una película puede romper completamente con las convenciones del cine en general: existen obras que se filmaron sin guión, a partir de la improvisación o sin actores profesionales. Cineastas como David Lynch o Maya Deren se despojan de la lógica narrativa convencional, para ser más como sueños. También existen directores, como Carlos Reygadas, que filman para expresar su visión en sus propios términos, por impenetrables que sean para el gran público. (Reynoso, 2019).

Esto nos lleva a otras complejidades: sí, el cine de arte suele ser independiente. Y aunque suele ser el caso, no siempre está peleado con el éxito comercial. También se le asocia con los términos cine de autor, cine de culto, cine experimental y de festivales. Aunque estos no son mutuamente exclusivos, tampoco son la misma cosa (Reynoso, 2019).

Cine de autor

El concepto del cine de autor, o también conocido como “teoría del autor”, engloba el poder de los cineastas para ejecutar varias tareas dentro de una misma cinta. En las películas de

autor, el director o realizador suele escribir los guiones y dirigir, además de encargarse de otras tareas.

Para nosotros el cine de autor es aquel que hace referencia al hecho de que un director sea capaz de ejercer diferentes roles dentro de una misma película. “Los creadores de las denominadas películas de autor tienen un estilo marcado, porque incluso, pueden llegar a actuar en sus propias películas y formar parte de la edición de la misma” (Córdova, 2022).

Consideramos autor a cualquier persona que tiene en claro la forma y el fondo del mensaje que quiere transmitir. Alguien que está buscando un sentido a lo que hace y encuentra en el cine las herramientas de lenguaje para poder expresarlo.

Cine comercial (Cine de entretenimiento)

El cine comercial se refiere a las películas que tienen como principal objetivo entretener y captar la atención del público a través de tramas emocionantes, efectos visuales impactantes, acción, comedia, romance u otros elementos que generan diversión y satisfacción con el fin de atraer a un amplio público para obtener éxito en taquilla.

También conocido como cine *mainstream*, el cine comercial ha sido una parte integral de la industria cinematográfica y ha ejercido una poderosa influencia en la cultura contemporánea. Este tipo de cine se refiere a las producciones cinematográficas que están diseñadas para alcanzar una amplia audiencia y generar ganancias comerciales significativas. Dichas películas suelen estar respaldadas por grandes estudios y contar con presupuestos sustanciales destinados a la promoción y distribución masiva. Su objetivo principal es atraer al mayor número posible de espectadores y garantizar altos ingresos en taquilla.

Una de sus características distintivas es el enfoque en historias y géneros populares que tienen un atractivo universal. Las películas de acción, comedia, aventuras y romance son algunos ejemplos comunes. Además, suelen contar con estrellas de renombre y efectos visuales impresionantes para captar la atención del público y generar interés de amplio espectro.

3.1.4. Las relaciones de poder en el campo del cine mexicano

En primer lugar, podemos identificar el campo cinematográfico mexicano como un espacio social estructurado y conformado por actores e instituciones que compiten por el reconocimiento y la acumulación de capital simbólico. Este campo tiene sus propias reglas, normas y jerarquías, que definen las posiciones y los recursos disponibles para los participantes.

Dentro del campo cinematográfico mexicano, se llevan a cabo luchas simbólicas por el reconocimiento y la legitimación de diferentes formas de producción cinematográfica. Esto implica la producción y el intercambio de bienes simbólicos, como películas, premios, festivales y crítica, buscando acumular capital simbólico y social.

Parte importante de los agentes de este campo son las casas productoras. Como parte de nuestra investigación, hemos categorizado algunas de las casas productoras más importantes dentro del país y que cuentan con filmografía reciente. De entre las películas que encontramos podemos obtener un catálogo muy variado, de las cuales algunas pueden estar dentro del rango de cine independiente debido a que el director contó con libertad para la realización del filme.

CASAS PRODUCTORAS					
Volumen de capital	Composición de capital	Estado	Ejemplos de Agencias	Número de Seguidores	Número de películas creadas
Prestigio	Económico	Incorporado y objetivado	VideoCine	265,5 mil seguidores	119 películas
Prestigio	Cultural	Institucionalizado, incorporado y objetivado	Alameda Films	844 seguidores	Más de 80 películas
Prestigio	Económico y social	Incorporado y objetivado	Pantelion films	9218 seguidores	42 películas
Prestigio	Económico y social	incorporado y objetivado	Alazraki films	2178 seguidores	3 películas y 1 serie
Premios y prestigio	Cultural, económico	Institucionalizado, incorporado y objetivado	Pimienta Films	6343 seguidores	22 películas

Reconocimiento	Cultural	Institucionalizado	Parábola cine	61 seguidores	2 películas
Premios	Cultural	Institucionalizado	Corpulenta producciones	325 seguidores	6 películas

Según Bourdieu se requiere no sólo del capital económico o cultural para que una agencia adquiera prestigio. Por ejemplo, en la anterior tabla podemos notar el fenómeno de Alameda Films, una casa productora que ha realizado películas desde la época de oro del cine mexicano fundada por Alfredo Ripstein, la cual cuenta con grandes obras del cine nacional como “El crimen del padre Amaro”. Sin embargo, en sus redes sociales (Twitter) solo cuenta con ochocientos cuarenta y cuatro seguidores.

A pesar del prestigio y capital cultural que precede a esta casa productora , es fácil observar que le gana por mucho la productora creada por Emilio Azcárraga.

VideoCine es la casa productora que lidera esta tabla. Se trata de un estudio de grabación que domina no solo en el capital económico, sino que en temas de producción de películas también es claro que lleva la delantera. Bourdieu nos explica que aquella agencia que lidera es la que impone las “Reglas del juego”; no es sorpresa que la categoría con la que lidera Videocine sea cine comercial.

Debido a que el cine comercial es el que lidera en la producción y consumo de la industria mexicana, podemos notar que este impone la clase de largometrajes que se están consumiendo. Aunado a las tendencias globales de géneros cinematográficos como filmes de superhéroes, acción, comedia, terror, etcétera.

El campo cinematográfico nacional tiene cierta autonomía en relación con otros campos, como el campo económico y el campo político. Sin embargo, también está influenciado por estructuras más amplias, como el mercado global del cine y las políticas gubernamentales. Existe una tensión entre la autonomía creativa y la dependencia económica y política en la producción cinematográfica mexicana.

En la industria del cine mexicano, al igual que en otros campos, existen relaciones de poder y dominación. Los agentes con mayor capital económico, cultural y social tienen una ventaja en la lucha por el acceso a los recursos y el control de la producción cinematográfica. Estas relaciones de poder se refuerzan y reproducen a través de procesos de exclusión y selección.

Parte importante en el proceso de la circulación de una película es la distribución y exhibición que esta reciba, por ejemplo, la película “No se aceptan devoluciones” realizó (según El Economista) una campaña publicitaria de seis millones de dólares. El presupuesto de la producción de la película fue de cinco millones de dólares, es decir, que se gastó más dinero en publicidad que en su producción.

Los campos son espacios sociales en los que los agentes compiten por el reconocimiento y el capital simbólico.

En el contexto del cine independiente en México, podemos identificar un campo específico en el que los cineastas independientes, productores, distribuidores, críticos y otros actores relevantes interactúan y luchan por establecer sus propias reglas y obtener legitimidad.

En este campo, el cine independiente enfrenta una serie de desafíos. Uno de los principales obstáculos es la falta de recursos financieros en comparación con la industria cinematográfica comercial. Los cineastas independientes a menudo se ven obligados a buscar financiamiento a través de fuentes alternativas, como becas, patrocinios de estado u obtener recursos por medios privados. Esta limitación económica puede restringir sus posibilidades creativas y la calidad de producción, lo que dificulta su competencia en el campo.

Otro desafío que enfrenta el cine independiente es el acceso limitado a la distribución y exhibición. Las grandes cadenas de cines suelen privilegiar a las producciones comerciales de alto presupuesto, dejando poco espacio en pantallas para las películas independientes.

Esto ha llevado a la creación de circuitos alternativos, como festivales de cine independiente, salas independientes y plataformas de transmisión en línea, donde los cineastas

independientes pueden encontrar un público más receptivo. Sin embargo, el acceso a estos canales también está sujeto a relaciones de poder y negociaciones dentro del campo.

Agencias				
Volumen de capital	Composición de capital	Estado	Ejemplos de Agencias	Número de Seguidores
Espacios alternativos de exhibición cinematográfica				
Prestigio	Económico, cultural y social	Institucionalizado, incorporado y objetivado	Cineteca Nacional	3 millones de seguidores
Prestigio	Cultural y social	Incorporado y objetivado	Casa del cine	69,8 mil seguidores
Reconocimiento	Social	Institucionalizado	Faro de Oriente	41,5 mil seguidores
Reconocimiento	social	Institucionalizado	Pilares	26,1 mil seguidores

La anterior tabla fue realizada con el propósito de analizar un poco algunos de estos espacios alternativos que nos permiten acceder a un cine menos comercial, que se encuentra más apegado a lo que denominamos cine independiente, entre los lugares que hemos encontrado podemos observar que también existen aquellos que cuentan con recursos (económicos, culturales, de prestigio, etcétera) que les permiten posicionarse por encima de otros lugares, también hemos podido analizar la importancia de estos lugares para la distribución del cine independiente, pues es muy importante la labor de fomento a la cultura que realizan.

Los espacios alternativos permiten la exhibición de películas independientes que abordan temáticas y perspectivas diversas que a menudo no son representadas en la cinematografía comercial. Estas películas exploran las realidades de diferentes grupos étnicos, comunidades marginadas, identidades sexuales y género, brindando una visión más completa y enriquecedora de la sociedad mexicana.

Al proporcionar un lugar para que estas películas se proyecten, los espacios alternativos promueven la diversidad cultural y fomentan el diálogo intercultural. La exhibición en espacios alternativos también contribuye a fortalecer la producción cinematográfica local. Muchas de estas películas independientes son producidas con presupuestos limitados y con el apoyo de talento local.

Festivales				
Volumen de Capital	Composición de Capital	Estado	Ejemplos de Agencias	Número de Seguidores
Reconocimiento y prestigio	Cultural, social y económico	Incorporado y objetivado	Ambulante gira de documentales	274,2 mil seguidores
Premios, prestigio y reconocimiento	Cultural, social y económico	Institucionalizado y objetivado	Festival internacional de cine de Morelia	343,6 mil seguidores
Reconocimiento y premios	Cultural	Objetivado e incorporado	Festival pantalla de cristal	1791 seguidores
Reconocimiento	Cultural y social	Incorporado y objetivado	FotoFilm Tijuana	308 seguidores

El cine independiente ha encontrado en los festivales de cine un espacio vital para su difusión y reconocimiento. Estos eventos se han convertido en plataformas clave para promover y destacar el talento emergente, así como para fomentar la diversidad de voces y perspectivas en la industria cinematográfica.

A lo largo de los años, los festivales de cine han desempeñado un papel fundamental en la consolidación y proyección del cine independiente, proporcionando un escaparate para películas de bajo presupuesto y temáticas innovadoras que, de otra manera, podrían no tener la oportunidad de llegar a un público más amplio.

Estos festivales actúan como agencias de consagración, otorgando reconocimiento y visibilidad a las películas y cineastas independientes dentro del campo cinematográfico. A través de su participación en festivales prestigiosos, el cine independiente mexicano lucha por acumular capital simbólico, lo que les brinda reputación y prestigio en el campo.

Además, instituciones como el IMCINE desempeñan un papel crucial como agentes que respaldan y promueven el cine independiente. Estas instituciones proporcionan financiamiento, apoyo logístico y espacios de exhibición en festivales, contribuyendo a la consolidación y desarrollo del campo cinematográfico independiente en México.

Consideramos que el periodismo es una estructura que no precisamente pertenece al campo de la industria cinematográfica mexicana, pero que se encuentra en constante relación con esta área y es por ello que consideramos importante mencionarla, si por una parte hablamos de cine independiente y su papel dentro de este campo, también debemos mencionar que los espacios alternativos, festivales de cine y premios no son la única forma en la que podemos acceder a la difusión del cine mexicano independiente

Es aquí donde entra el periodismo, en especial el periodismo cultural y será este la otra alternativa para la difusión del cine mexicano, es por ello que también hemos de analizar las estructuras y relaciones que conforman al campo del periodismo cultural en México.

En la introducción de esta investigación ya hemos aclarado el concepto de periodismo cultural, así como su importancia dentro de nuestra sociedad, en la siguiente gráfica mostramos algunos medios de comunicación a quienes consideramos importantes puesto que aún siguen generando contenidos en torno al periodismo cultural cinematográfico.

A este apartado hemos agregado de igual forma agentes que consideramos por su carrera y por el análisis previamente realizado, informantes importantes dentro de la difusión del cine mexicano.

Periodistas culturales				
Agentes	Volumen de capital	Composición de capital	Estado	Clases
Fernanda Solórzano	138mil seguidores	Social, cultural y económico	Incorporado, institucionalizado, objetivado	Periodista tipo B
Ernesto Diezmartinez	20mil seguidores	Cultural y social	Institucionalizado, incorporado y objetivado	Periodista tipo C
Jorge Ayala	7.131 Seguidores	Cultural y social	Incorporado, objetivado, institucionalizado	Periodista tipo C
Carlos Bonfil	5.257 Seguidores	Cultural y social	Incorporado, institucionalizado y objetivado	Periodista tipo C
Nicolás Ruiz Berruecos	4.524 Seguidores	Cultural y social	Incorporado y objetivado	Periodista tipo C
Columba Vertíz	2.492 seguidores	Cultural y social	Institucionalizado, incorporado y objetivado	Periodista tipo C
Niza Rivera	612 seguidores	Cultural	Institucionalizado e incorporado	Periodista tipo D
Agencias				
Medios digitales				

La silla rota	4.867mil seguidores	Cultural y social	Institucionalizado e incorporado	Medio Digital B
Gatopardo	3.454mil seguidores	Cultural y social	Institucionalizado e incorporado	Medio Digital B
Medios tradicionales				
Proceso	5.2 millones de seguidores	Económico, cultural y social	Institucionalizado, objetivado e incorporado	Medio Tradicional A
La Jornada	2.7 millones de seguidores	Económico, cultural y social	Institucionalizado, objetivado e incorporado	Medio Tradicional A
Nexos	587.8 mil de seguidores	Económico, cultural y social	Institucionalizado, objetivado e incorporado	Medio Tradicional B
Letras libres	6.835 mil seguidores	Económico, cultural y social	Institucionalizado, objetivado (incorporado)	Medio Tradicional B

*Las clases están sujetas a una subdivisión posterior a un análisis con mayor profundidad por lo cual en este momento es un tentativo de la clase general a la que pertenecen

Categorías de periodistas por rango de alcance en Twitter

Periodista tipo A	1 millón de seguidores o más
Periodista tipo B	De 100mil a 900 mil seguidores
Periodista tipo C	De 1000 a 90 mil seguidores
Periodista tipo D	Menos de 1000

Categorías de medios tradicionales por rango de alcance en Twitter

Medio Tradicional A	1 millón de seguidores o más
Medio Tradicional B	De 100mil a 900 mil seguidores
Medio Tradicional C	De 1000 a 90 mil seguidores
Medio Tradicional D	Menos de 1000

En el contexto del cine independiente, el periodismo cultural juega un papel fundamental en la promoción y difusión de estas producciones cinematográficas que se encuentran fuera de los circuitos comerciales dominantes. A través de reseñas, entrevistas, críticas y reportajes, los periodistas culturales pueden influir en la recepción y percepción del cine independiente.

Como actor el periodismo cultural puede estar dentro del campo del cine y contribuir a la construcción de la reputación y el prestigio de las películas independientes.

Los periodistas culturales actúan como intermediarios, seleccionando y promoviendo determinadas películas, generando visibilidad y atrayendo la atención de la audiencia. Sus valoraciones, críticas y recomendaciones pueden influir en la percepción que el público tiene sobre el cine independiente y en la determinación de qué películas obtienen reconocimiento y éxito.

Además, el periodismo cultural puede servir como un mecanismo de legitimación dentro del campo del cine. Las reseñas y críticas de los periodistas culturales pueden proporcionar un respaldo simbólico a las películas independientes, validando su calidad artística y su relevancia cultural. Estas valoraciones pueden tener un impacto significativo en la percepción de la audiencia y en la capacidad de las películas independientes para obtener reconocimiento, distribución y financiamiento.

Sin embargo, es importante reconocer que el periodismo cultural también está sujeto a las dinámicas de poder y las estructuras de jerarquía dentro del campo del cine. Al igual que otros actores, los periodistas culturales pueden estar influenciados por sus propios intereses y limitaciones. Pueden existir relaciones de dependencia económica o influencias editoriales que afecten su autonomía y su capacidad para brindar una cobertura imparcial del cine independiente.

El periodismo cultural desempeña un papel importante en el fenómeno del cine independiente. Los periodistas culturales pueden influir en la recepción y promoción de estas películas, contribuyendo a su visibilidad y prestigio dentro del campo del cine. Sin embargo, también es necesario reflexionar sobre las dinámicas de poder y las limitaciones que pueden influir en la objetividad y la imparcialidad del periodismo cultural en relación con el cine independiente.

3.2.5. El periodismo cultural en la era digital y su influencia en el cine independiente

“Los medios digitales hacen posible el dominio de la información. Las ondas, los medios electrónicos de masas, pierden importancia. Lo decisivo para obtener el poder es ahora la posesión de la información. No es la propaganda de los medios de masas, sino la información, la que asegura el dominio. Ante la revolución digital, Schmitt reescribiría su dictum sobre la soberanía: soberano es quien manda sobre la información en la red.”

-Infocracia, Byung Chul Han (2021)-

Byung Chul Han es un filósofo y ensayista surcoreano, sus libros abordan la influencia de lo digital en la sociedad y la cultura contemporáneas. En su libro Infocracia, realiza un análisis

sobre los medios digitales y cómo afectan la forma en la que recibimos información; entre las ideas que plantea, el autor discute la transformación que ha sufrido la humanidad con la forma en la que nos comunicamos y cómo afectan al periodismo.

La anterior cita plantea que ahora nos encontramos en la era de los medios digitales y que estos ejercen su poder e influencia a través del control y la posesión de la información, esto es muy distinto a lo que sucedía en los medios tradicionales, quienes adquirirían poder entre las masas a través de la manipulación de la información.

Esta nueva forma de dominio afecta al periodismo, el cual ahora ha evolucionado al periodismo digital y ha transformado drásticamente la forma en la que se produce, se consume y se distribuye la información, por ejemplo, los medios digitales, como sitios web de noticias, blogs, redes sociales y plataformas de transmisión en vivo, han cambiado la forma en que las personas acceden a las noticias y se informan.

Es así que el periodismo digital ha adquirido un papel crucial en la era de la información, pues los periodistas y los medios de comunicación digitales se han convertido en actores clave en la difusión de información y, por lo tanto, en el poder que conlleva.

Para Byung, los medios de comunicación ahora dependen de aquellos que controlan la información en línea, esto implica que los periodistas digitales, a través de su capacidad para investigar, producir y compartir información en línea, tienen el potencial de ejercer una gran influencia y obtener un cierto grado de poder.

Sin embargo, también es importante considerar los desafíos y las responsabilidades que surgen en el ámbito del periodismo digital, cómo la facilidad con la que la información puede ser creada, compartida y manipulada en línea y que esto plantea cuestiones de veracidad, credibilidad y ética periodística; otro ejemplo es el acceso a una gran cantidad de información a través de diversas fuentes lo que también puede llevar a la desinformación y a la propagación de noticias falsas.

La red digital carece de la estructura anfiteatral de los medios de comunicación convencionales, que agrupan los asuntos relevantes para la sociedad en su conjunto y atraen la atención de toda la población hacia ellos. Las fuerzas centrífugas que le son inherentes hacen que el público se desintegre en enjambres fugaces e interesados. Esto dificulta la acción comunicativa, que requiere públicos estables a gran escala.

Ahora, relacionando las ideas de Byung Chul Han al periodismo cultural podemos notar que ahora la red digital se encuentra fragmentada y descentralizada y que esto en sí es un nuevo desafío para el periodismo cultural. La naturaleza del periodismo cultural convencional se centra en la cobertura de temas relacionados con las bellas artes y otras manifestaciones culturales; el papel del periodismo cultural siempre ha sido importante para la promoción y difusión de la cultura, pero siempre tuvo una forma estructurada de presentarse al público general.

Actualmente con la llegada de la era digital el público ha sufrido una fragmentación, esto aunado a la proliferación de plataformas y canales de información ha dado lugar a una mayor diversidad y acceso a contenidos culturales, si bien, esto ofrece oportunidades para una mayor difusión y participación cultural, también dificulta la creación de públicos estables a gran escala y la generación de un diálogo cultural colectivo.

Esto puede dificultar la acción comunicativa en el ámbito del periodismo cultural, ya que la difusión de temas culturales relevantes para la sociedad en su conjunto puede no alcanzar una audiencia amplia y diversa.

“Hoy cualquier persona con acceso a internet puede organizar sus propios canales de información. La tecnología de la información digital reduce los costes de producción de la información casi a cero. Con unos sencillos pasos, se puede crear una cuenta de Twitter o un canal de YouTube de forma rápida y gratuita.”

El argumento anterior demuestra un poco de un tema que es importante, en la actual era no solo contamos con los periodistas culturales como principales difusores de la cultura, es aquí donde comenzamos a hacer uso de otro agente que, en el caso de la industria del cine se

vuelve clave para empezar a generar resultados a la problemática de la difusión del cine independiente.

Los divulgadores, se trata de actores que se encuentran interesados en algún tema y que es parte de la cultura, por ejemplo, aquellos interesados en el cine; los divulgadores pueden ser personas que no cuenten con el nombre de periodistas, pero que también están interesados en la promoción del cine.

Los divulgadores son agentes que pueden contar con el prestigio o reconocimiento dentro del área en la que realizan promoción y su principal objetivo es al igual que el de los periodistas informar al público general.

En el campo de la industria cinematográfica podemos encontrar a algunos que se encuentran sumamente interesados en hablar de cine no comercial, pero al igual que el periodista cultural se encuentra bajo el dominio de aquellos que tiene el poder, el poder de la información y, por lo tanto, cuentan con el capital económico y recursos necesarios para generar contenido.

“La democracia se convierte en telecracia. El entretenimiento es el mandamiento supremo, al que también se somete la política: «El esfuerzo del conocimiento y la percepción se sustituye por el negocio de la distracción. La consecuencia es una rápida decadencia del juicio humano.”
-Byung Chul Han-

Entonces ¿por qué es importante la teoría de Byung Chul Han y cómo afecta a la difusión del cine independiente? La consecuencia que retrata el autor se ha visto ejemplificada en el cine actual, el cine de entretenimiento es un claro prototipo de lo que se vive en la sociedad actual.

Esta categoría del cine es la hegemónica por un motivo, y se trata de lo que el público pide o más bien de lo que el público cree que pide, no solo se trata del dominio de nuestra información sino del dominio de nuestra psique para hacernos creer que eso es lo que necesitamos. Bajo este entendido el cine independiente, que es un cine que no responde a los monopolios y sobre todo mantiene su libertad creativa es difícil posicionarlo en la era digital.

Para terminar con nuestro marco teórico, y utilizando tanto la teoría de Pierre Bourdieu y Buyung Chul, podemos deducir que en el campo cinematográfico existe un grupo (El cine comercial) que domina y por lo tanto las demás categorías del cine se mueven bajo los presupuestos que este dicta, como primera solución podríamos proponer al periodismo cultural como respuesta para la poca difusión del cine independiente pero bajo el análisis de *Infocracia* podemos notar que el campo del periodismo también se encuentra bajo las dinámicas de su propio régimen y que este también tiene su propia problemática.

3.2 Marco histórico

Desde una visión occidental el periodismo cultural se remonta al inicio de la imprenta y se ha desarrollado a lo largo de los siglos, adaptándose a los cambios tecnológicos y sociales. Su objetivo principal es informar y analizar temas relacionados con el arte, la literatura, el cine, la música y otros aspectos de la cultura.

Durante el Renacimiento, surgieron los primeros periódicos que incluían secciones dedicadas a la cultura. En esa época, la literatura y las artes visuales fueron temas centrales de la cobertura periodística cultural. Con el tiempo, la Ilustración y la Revolución Industrial dieron lugar a un mayor acceso a la educación y a una audiencia más amplia interesada en la cultura.

El periodismo cultural en México ha desempeñado un papel fundamental en la promoción y difusión de la rica diversidad cultural del país. A lo largo de la historia, ha sido una plataforma para la crítica, el análisis y la reflexión sobre las manifestaciones artísticas, literarias, cinematográficas y musicales mexicanos. (Monsivaís, 2008)

Esta profesión tiene un papel importante en la historia del país, ya que ha servido como un medio para difundir y promover la riqueza cultural de México en todo el mundo.

En su libro “Periodismo en México: 500 años de Historia” el coautor Luis Reed asegura que el primer indicio de periodismo en México lo podemos ver con la conquista de México y la llegada de Hernán Cortés.

“De tal suerte que es el año 1524 en que encontramos en las actas de cabildo las primeras noticias sobre los pregoneros, verdaderos predecesores del actual periodista, porque al fin y al cabo, y aunque fuera en primitiva forma, informaban a la comunidad de las medidas tomadas por el Ayuntamiento, mismas que debían obedecerse.”

-Luis Reed-

Durante las próximas décadas el periodismo en la nueva España se ve acompañado de la imprenta y poco a poco fue evolucionando, hasta que a finales de la conquista podemos encontrar los primeros indicios de gacetas, utilizadas para informar en el Virreinato.

Es hasta el nacimiento del Diario de México que nace como una especie de rival hacia estas gacetas emitidas con la bendición de su majestad, el Diario de México nace aproximadamente en el año 1805 y desde entonces se podría decir que oficialmente se inicia con el oficio del periodismo en México.

En esta época el periodismo cultural en México comenzó a consolidarse con la aparición de revistas literarias y culturales importantes como "El Mosaico Mexicano" y "El Renacimiento". Estas publicaciones no sólo promovieron la literatura y la poesía mexicana, sino que también fomentaron el debate intelectual y político de la época.

El periodismo cultural, para el siglo XX en México experimentó un auge significativo. La aparición de revistas como "Contemporáneos" y "Revista de la Universidad de México" marcó una etapa importante para el movimiento literario y artístico conocido como el "Grupo

de los Contemporáneos". Estas revistas se convirtieron en plataformas clave para la difusión de la poesía, la narrativa y las ideas vanguardistas en México.

Durante el siglo XX, el periodismo cultural se benefició del crecimiento de los medios de comunicación de masas. La radio, la televisión y el cine ampliaron el alcance de la cultura y permitieron la difusión de programas y documentales culturales. Asimismo, la creación de suplementos culturales en periódicos y revistas amplió el espacio dedicado a la cobertura cultural.

En la década de 1950, surgió una de las publicaciones más influyentes en el ámbito del periodismo cultural en México, "Excélsior". Este periódico destacó por su cobertura integral de la cultura mexicana, abarcando música, teatro, cine, literatura y artes visuales. Además, "Excélsior" fue pionero en la creación de suplementos culturales, lo que amplió la cobertura de la cultura y permitió un enfoque más especializado.

En las últimas décadas, el periodismo cultural ha experimentado una transformación significativa con la llegada de Internet y las redes sociales. Los medios digitales han proporcionado nuevas plataformas para la expresión y el consumo de la cultura. Los blogs, los podcasts y las plataformas de video en línea han permitido a los periodistas culturales llegar a audiencias más específicas y diversificadas.

Asimismo, el periodismo cultural en México ha sido fundamental para la promoción de la cultura indígena y la preservación del patrimonio cultural. Ha contribuido a la visibilidad de las expresiones artísticas y culturales de las comunidades indígenas, ayudando a preservar su legado y promover el reconocimiento de su importancia en la identidad mexicana.

Es importante destacar que el periodismo cultural en México también ha enfrentado desafíos, como la falta de recursos y la comercialización excesiva de la cultura. Sin embargo, a pesar de estos obstáculos, los periodistas culturales mexicanos han demostrado su compromiso con la promoción de la cultura y han jugado un papel fundamental en la creación de espacios de diálogo y reflexión en torno a la identidad y la diversidad cultural del país.

Muchos periódicos y revistas importantes, como "Reforma" y "La Jornada", tienen secciones dedicadas al periodismo cultural y a la promoción de las artes y la cultura mexicanas.

3.2.1 Periodismo cultural digital en México

Con la llegada de la pandemia se transformó la vida cotidiana a una realidad muy distinta, entre los aspectos más fundamentales que se cambiaron se encuentra el consumo de la información, puesto que antes del 2019 la prensa tradicional se mantenía por encima de la prensa digital, ante este nuevo reto en la sociedad es que se acrecentó el consumo de la prensa digital.

La prensa digital o también llamado ciberperiodismo, son las prácticas periodísticas realizadas a través de cualquier emisor dentro de la web y que se dirigen a una audiencia digital, además es más inmediato debido a su manera de distribución, las noticias se publican apenas se termina de escribir.

Sin embargo, parte fundamental de este auge es el hecho que es audiovisual, con esto se refiere a que las notas periodísticas pueden incluir videos filmados en vivo, gráficos, audios, fotografías, etcétera por lo que esto solo expone su dinamismo y adaptabilidad al entorno.

En el 2020 la crisis económica alcanzó a los medios de comunicación, en ese mismo año hubo uno de los más significativos cambios en las prácticas mediáticas donde acrecentaron su vocación informativa, se trata de la flexibilización de las obligaciones de presencias de los trabajadores en lugares físicos y una mayor mediación de plataformas digitales al momento de desarrollar el trabajo (UNESCO, 2021).

3.2.2. Historia del Cine mexicano y el cine en la actualidad

En la década de los 70's surge un movimiento para renovar el cine mexicano, se trata del cine independiente, una nueva forma de hacer cine y que se ha posicionado en los límites de la

industria, son aquellos productos cinematográficos que replantean y experimentan con el sentido del cine, pueden llegar a tocar temas sociales como la ideología de género, los pueblos indígenas, injusticias sociales o cine documental; con sus historias el cine independiente puede llegar a buscar el levantamiento o la conciencia de la sociedad.

El problema con el cine en las periferias, es que no recibe la misma difusión, estadísticas del Instituto Mexicano de Cinematografía (IMCINE) señalan que solo el 4% de los asistentes a cines comerciales en el año 2021 le pertenecen a películas mexicanas y estos espectadores se comparten con películas mexicanas que cuentan con un mayor financiamiento, que trabajan con casas productoras importantes, o que mantienen colaboraciones con productoras estadounidenses.

Entonces ¿a qué se debe esta poca difusión del cine independiente? Podemos empezar hablando de los presupuestos que existen para las películas mexicanas, sobre esto IMCINE asegura que de las películas producidas en México en el año 2021 el 44% no cuenta con un financiamiento de apoyo público, se trata de películas financiadas con producciones 100% privadas.

La producción de películas se trabaja bajo un presupuesto establecido, en el año 2017 en promedio las películas mexicanas costaban aproximadamente 24 millones de pesos y suele ser muy común que el dinero se invierta principalmente en la filmación, esto lleva a que al momento de terminar las grabaciones los presupuestos sean escasos y no se invierta gran cantidad en la difusión.

En estos casos las películas compiten primeramente en presentarse en festivales de cine de renombre esto con el fin de ser respaldados por logros y así poder tener una base a la hora de ser presentados en cines; por no contar que muchas de esas películas aún siguen en proceso de producción, no todas fueron estrenadas el año pasado, por lo que aún no se ven (o se verán) los ingresos de estas producciones.

Un modelo de esto es la película *50 O dos ballenas se encuentran en la playa*, escrita y dirigida en México por Jorge Cuchi en el año 2020 que en días pasados fue estrenada a pesar de que su producción original esperaba la presentación en pantalla para el año 2020;

La película participó en “Cine en construcción” una sección organizada por el festival de San Sebastián y Cinélatino, una iniciativa que busca ayudar a aquellos largometrajes latino-americanos independientes que interrumpen su realización en la etapa de post-producción por falta de recursos; en 2021 participaron 205 filmes, sólo hubo 6 finalistas y esta película fue la ganadora, ¿qué pasa con las 204 películas restantes?

Desde la época de oro del cine mexicano no se habían registrado estadísticas tan altas para películas producidas en territorio mexicano, desde el 2017 se podía notar una elevación en la producción y proyección de largometrajes de películas mexicanas.

El 2017 fue un buen año, pues en la industria fílmica de México contamos con 176 películas producidas y durante los siguientes años esta cifra solo iba en aumento. Con la llegada de la pandemia esta industria se vio muy afectada, durante el año 2020 solamente se produjeron 111 películas, esto supuso una caída para la industria y, por consiguiente, afectó los empleos que la industria generaba. Por esta clara disminución no se esperaba que se levantara de la forma en la que lo hizo, pero para el año 2021 se produjeron 259 películas mexicanas (IMCINE, 2021)

3.2.4. Dogma 95’ como corriente que intentó romper con el cine hollywoodense

El Dogma 95 fue un movimiento cinematográfico que buscó volver a las raíces del séptimo arte, despojándose de todo y aferrándose a la máxima de que para hacer una película solo se necesita una cámara, un grupo de actores y un guión poderoso.

La mayor parte de sus representantes eran artistas daneses, pero este gueto de directores tenía algo en común más allá de su tierra: una aberración hacia el sistema hollywoodense de las superproducciones.

Para afirmar su posición, el movimiento encabezado por Lars Von Trier y Thomas Vinterberg redactó un manifiesto. Se trató de un ejercicio combativo que le declaró la guerra al realismo artificial que atraviesa al espectador y lo sensibiliza.

1. Los rodajes tienen que ser en locaciones reales y no en sets de filmación.
2. El sonido y la imagen no pueden mezclarse por separado.
3. Cámara en mano.
4. No usar luces artificiales ni efecto blanco y negro.
5. Prohibidos los efectos ópticos y filtros.
6. La película no puede tener una acción o desarrollo superficial.
7. Línea temporal: aquí y ahora.
8. No se permiten películas que correspondan a un género específico.
9. 35 mm.
10. El director no puede aparecer en los títulos

Las películas del Dogma 95 se oponían a los universos prefabricados y a la artificialidad de la ficción. Con una cámara al hombro, nada de trípode ni steady cams, el énfasis estaba puesto en la potencia del guión y su interpretación.

4. Hipótesis

Analizando la información con la que contamos, y tomando en cuenta los análisis previos realizados en nuestro marco teórico nos basamos en la siguiente hipótesis:

"La difusión del cine independiente se ve afectada por el sistema capitalista, ya que este no responde a las prácticas mercantiles de acumulación y es por ello que es desplazado a las periferias de esta industria.

El cine de entretenimiento actualmente responde al método hegemónico, es decir, que monopoliza la industria del cine y deja en las periferias al cine alternativo, el cual no cuenta con el capital social para mantenerse en la industria"

5. Hallazgos

En este apartado buscamos proporcionar los resultados obtenidos gracias a la metodología utilizada y posteriormente, en nuestra conclusión presentar el análisis de nuestros datos para conocer si nuestra hipótesis se encuentra fundamentada y de igual forma, proponer una vía que nos permita dar algunas alternativas para nuestra problemática.

Anteriormente, en nuestra metodología, esclarecemos que el método principal que utilizaremos serán las entrevistas a informantes claves que trabajan dentro del campo del cine mexicano.

5.2. El cine y el Estado

Durante las entrevistas con los agentes importantes, el actual director de PROCINE el profesor Cristian Calónico, podemos observar que parte importante en la difusión y promoción del cine en México se mantiene con la ayuda de instituciones gubernamentales, la importancia de la intervención del Estado es fundamental para que se promocióne no solo el cine en México sino la cultura en general.

La intervención del Estado hacia la industria del cine nacional remonta su relación a la época de Oro del cine mexicano, y dependiendo del gobierno que se encuentre en el poder la dinámica del Estado y la cultura puede verse afectada positiva o negativamente.

Para este momento el Estado había abandonado el cine mexicano y había dejado a la deriva a la industria cinematográfica, la época de oro comenzó su declive para muchos autores con la accidental muerte de Pedro Infante, el cine de esa época también respondía a cuestiones políticas externas, es decir, en el auge del cine mexicano en el mundo ocurrían factores externos, como la segunda Guerra mundial y la sociedad volteó la mirada a aquellos países que no participaban activamente en la guerra.

México funcionó como el patio trasero de Estados Unidos, puesto que se encontraba neutral y era más sencillo invertir en las películas mexicanas las cuales entre sus historias no afectaron el conflicto que amenazaba al mundo. Con el fin de la segunda guerra, países ricos

como USA dejaron de invertir en el cine nacional y este al no contar con los recursos necesarios para mantenerse, poco a poco fue decayendo.

Otro factor importante fue la participación del Estado, es decir, aunque el cine del país bien pudo mantenerse durante un tiempo, no existía prioridad para este sector de la población y era difícil que se mantuviera solo durante mucho tiempo.

El sexenio de Luis Echeverría, es el ejemplo perfecto, el declive del cine mexicano se puede ver retratado desde antes del cine de ficheras, pero tomaremos este periodo del tiempo para ejemplificar la relación entre el estado y el cine.

Cómo se buscaba atraer de nuevo al público, aunque fuera con un cine más “vulgar”, hablar del cine de ficheras se trata de recordar la decadencia cultural que se vivía en ese tiempo; adquiere su nombre por las “Ficheras”, mujeres que trabajaban en Cabarets y la dinámica que se generaba dentro de estos lugares; si ella o alguno de sus clientes consumían bebidas se les entregaba una ficha que intercambiaban por dinero.

El cine de ficheras adquiere este nombre debido a que las películas que se mostraban contenían desnudos, eran generalmente pertenecientes al género de la comedia y en la poca ropa que mostraban, las mujeres de estos cabarets buscaban mediante esta estrategia atraer nuevamente al público al cine mexicano.

“Cuando la gente habla del cine de los 70, lo primero con lo que lo relacionan es con el cine de ficheras, pero en la revaloración no tomamos en cuenta que de 1970 al 76 es cuando el cine mexicano adquiere el mote de Nuevo Cine Mexicano”
(Polanco, 2017).

Paralelo a este suceso algunos cineastas como Luis Alcoriza y Arturo Ripstein junto con algunos otros directores tienen la iniciativa de mostrar un cine distinto al que predominaba en ese tiempo, es aquí donde se comienzan a ver los primeros indicios del cine alternativo.

Otro factor importante para este suceso lo podemos encontrar en el tratado de libre comercio, durante nuestra entrevista con el director de PROCINE, nos menciona que las políticas respecto a la cultura nacional no contaron con la protección del estado mexicano, mientras Canadá y Estados Unidos protegieron la divulgación de la cultura nacional, el estado mexicano no hizo lo necesario para preservar mandatos que resguardaran el cine nacional.

“Para Margarita López Portillo el cine debía ser familiar y popular, imitando lo más posible la Época de oro, por este motivo, y argumentando las enormes pérdidas que se arrastraban, realizó reformas radicales como la desaparición de Conacite Uno, la cual fue absorbida por Conacine y en noviembre de 1977 anunció la liquidación del Banco Nacional Cinematográfico” (Cinema23, 2023).

Debemos tener en cuenta que durante mucho tiempo el cine nacional fue dejado de lado por el estado, se dejó de lado durante tanto tiempo que pareciera ahora que el estado degenerativo del cine nacional se encuentra más allá de la ayuda que pueda ofrecer ahora el gobierno.

Podemos tomar como ejemplo de un cambio el fideicomiso para la Promoción y Desarrollo del Cine Mexicano en el Distrito Federal (PROCINE), esta institución actualmente trabaja para fomentar y promover el incremento del cine nacional, también brinda estímulos económicos, financieros y fiscales a las producciones realizadas en la república mexicana. El PROCINEDF tiene como objetivo promover, fomentar y desarrollar el cine mexicano en la Ciudad de México. Se rige por principios como la democracia, el desarrollo integral, la diversidad, la igualdad, la inclusión, la libertad de expresión y asociación, la propiedad intelectual y la tolerancia.

El programa busca alcanzar nuevas audiencias y formar públicos en espacios donde el cine mexicano carece de una adecuada exhibición. A través de convocatorias, brinda apoyo a cineastas, realizadores e investigadores para estimular la generación de nuevas producciones que reflejen la riqueza cultural de la Ciudad de México y promuevan a los nuevos creadores.

Además, el PROCINEDF promueve la preservación del patrimonio fílmico de la ciudad, ofreciendo apoyo a cineastas, instituciones y organizaciones dedicadas a la conservación de materiales cinematográficos. El objetivo es transferir estas producciones a formatos de fácil preservación para que puedan ser rescatadas y vistas por el público de la Ciudad de México.

En cuanto a la formación y capacitación cinematográfica, el programa busca acercar a los jóvenes a la creación cinematográfica, proporcionar herramientas de exhibición y difusión a los colectivos, mejorar las condiciones en las que se llevan a cabo las actividades relacionadas con el cine nacional en sus espacios y ofrecer nuevas opciones de formación académica a los profesionales de la industria audiovisual.

Por último, el PROCINEDF desarrolla nuevos esquemas de exhibición alternativos para llegar a una población más amplia en la Ciudad de México y atender a públicos vulnerables que no tienen acceso a las producciones cinematográficas nacionales. Estos espacios alternativos buscan formar nuevos públicos interesados en las producciones audiovisuales que reflejen su realidad cotidiana y que sean valoradas como una forma de conocer y comprender su entorno.

5.3. Educar cinéfilos

Parte importante que se analizó dentro de esta investigación es sobre aquellos programas que trabajan para fomentar el consumo de cine alternativo, como propuestas tenemos la *Gira Ambulante*, quien realiza promoción al cine documental y *Contra el silencio todas las voces* dos proyectos que tienen como finalidad educar a la sociedad sobre la importancia del cine no comercial

La Gira Ambulante es un festival de cine documental itinerante que se realiza en México. Fue fundado en el año 2005 por los cineastas mexicanos Gael García Bernal, Diego Luna, Pablo Cruz y Elena Fortes. El objetivo principal de la Gira Ambulante es llevar el cine documental a diferentes comunidades y lugares donde no se tiene fácil acceso a este tipo de contenido.

Durante su realización, la Gira Ambulante presenta una selección de películas documentales de alta calidad, tanto nacionales como internacionales, abordando una amplia variedad de temas relevantes y sociales. Estas proyecciones se llevan a cabo en espacios públicos, plazas, escuelas, comunidades indígenas, cárceles y otros lugares, con el propósito de acercar el cine a diferentes audiencias y promover la discusión y reflexión en torno a los temas presentados en los documentales.

Así mismo, el proyecto de Contra el silencio todas las voces, se trata de una asociación civil que nace en el año 2000 como un organismo independiente e integrador, dedicado a promover el reconocimiento del género documental de carácter social como un medio audiovisual de naturaleza específica, estrechamente vinculado a los movimientos sociales y al conjunto de la sociedad civil.

Es una alternativa para la difusión y distribución del trabajo independiente y documental, pues no solo son exhibidores alternativos sino que también fungen como realizadores de documental, siendo un espacio para encuentros con las comunidades que le dieron origen a las temáticas sobre las que trabajan.

5.4. Los espacios alternativos como forma de fomentar la cultura

Este apartado tiene como finalidad hablar de aquellos lugares que se encuentran en la república mexicana, nosotros queremos poner especial atención a la Ciudad de México por ser uno de los que mantiene más espacios culturales y alternativos donde se promociona cine no comercial, y hablar de la importancia de estos lugares para fomentar la educación hacia la sociedad en temas de cine.

En este apartado utilizamos a un informante clave quien nos retrata un poco de su propia experiencia manteniendo uno de estos lugares alternativos. En este caso seleccionamos a Ximena Hernández, directora de la Casa del Cine MX.

Nuestra informante clave nos ha esclarecido cómo es importante tener una red de público que se interese por los temas alternativos y los de nicho, pues con base en su experiencia no

pagan ningún tipo de publicidad y solo manejan sus redes sociales, siendo así que su misma audiencia invita a otros.

Así mismo, nos exhorta que el cine mexicano no carece de talento ni de calidad sino que carece de difusión y ellos en su visión le dan ese espacio a aquellos que no podrían competir contra el cine comercial pero que deben llegar a la pantalla grande.

De esta misma manera expone que el auge de las plataformas de streaming no ha mermado en su audiencia, puesto que en este sitio es importante la experiencia del cine tradicional en salas y poder tener plena atención a la trama.

De igual manera se toca el tópico del aspecto económico, puesto que al ser una pequeña sala y no muy conocida es necesario abordar el tema de cómo son subsidiados. Ximena nos expone que ellos sobreviven de la taquilla y que no reciben ningún apoyo del gobierno federal o estatal, dejándolos sobrevivir por su audiencia.

5.4. Los presupuestos y el papel fundamental que tienen para la distribución de un filme

En este apartado mencionamos el papel del capital económico para generar promoción, difusión, y exhibición de cine independiente, utilizaremos como evidencia el anuario de IMCINE para poder generar un esquema general de capital económico que se necesita para poder difundir el cine nacional alternativo.

El cine independiente se caracteriza por ser producido y distribuido por compañías independientes, generalmente con presupuestos más limitados. Los presupuestos económicos juegan un papel fundamental en la producción y promoción de películas independientes.

Durante la producción, los presupuestos más reducidos del cine independiente pueden limitar los recursos disponibles para la producción de una película. Esto implica que el equipo técnico y los actores pueden estar dispuestos a trabajar por salarios más bajos o incluso de manera voluntaria. Además, se pueden usar equipos más básicos y locaciones más económicas. Aunque esto puede generar restricciones creativas, también puede fomentar la innovación y la originalidad en las propuestas cinematográficas.

En el caso de la promoción y la difusión la situación no cambia favorablemente, aquí es donde el impacto económico puede ser más evidente. Los estudios de cine comerciales suelen tener presupuestos significativamente más altos para la promoción y distribución de sus películas, lo que les permite llegar a un público más amplio. Por otro lado, las películas independientes pueden tener dificultades para acceder a los mismos canales de distribución y exhibición debido a la falta de recursos financieros. Esto puede limitar su alcance y visibilidad, ya que a menudo se proyectan en un número reducido de salas de cine o se distribuyen en plataformas de *streaming* más especializadas.

Aunque los presupuestos más reducidos pueden imponer restricciones, también pueden impulsar la creatividad y la experimentación. Los cineastas independientes a menudo encuentran soluciones ingeniosas para superar las limitaciones económicas y lograr sus visiones artísticas. Al no depender de grandes inversiones, pueden tomar riesgos y abordar temas más arriesgados o alternativos que los estudios comerciales podrían considerar menos rentables.

Los presupuestos más limitados del cine independiente pueden hacer que sea más difícil obtener financiamiento para proyectos cinematográficos. Sin embargo, también existen diversas fuentes de apoyo, como fondos estatales, becas o patrocinadores privados. Estas alternativas permiten a los cineastas independientes financiar sus películas y mantener un mayor control sobre su contenido.

El IMCINE es una institución del gobierno mexicano encargada de fomentar y apoyar el desarrollo del cine en el país. Juega un papel importante en la promoción y financiamiento del cine independiente a través de diversas iniciativas y programas. A continuación, se detallan algunas de las formas en que el IMCINE influye en los presupuestos del cine independiente:

- **Financiamiento:** El IMCINE cuenta con programas de financiamiento destinados específicamente al cine independiente. Uno de los programas más destacados es el Fondo de Inversión y Estímulos al Cine (FIDECINE), el cual brinda apoyo económico para la producción, distribución, promoción y exhibición de películas mexicanas, incluyendo proyectos independientes. Estos fondos son de vital importancia para los cineastas

independientes, ya que les permiten obtener recursos financieros para llevar a cabo sus proyectos y mejorar la calidad de las producciones.

- **Formación y capacitación:** El IMCINE también desarrolla programas de formación y capacitación dirigidos a los cineastas independientes. Estos programas ofrecen talleres, seminarios y actividades de capacitación en áreas como guionismo, dirección, producción, entre otras. Al fortalecer las habilidades y conocimientos de los cineastas independientes, el IMCINE contribuye a mejorar la calidad de las producciones y, por ende, a incrementar sus posibilidades de éxito.

- **Difusión y promoción:** El IMCINE tiene un papel destacado en la promoción y difusión de las películas independientes mexicanas tanto a nivel nacional como internacional. La institución participa en importantes festivales y mercados cinematográficos, lo que permite dar visibilidad a las producciones independientes y facilitar su distribución. Además, el IMCINE apoya la realización de muestras y ciclos de cine independiente en diferentes espacios, contribuyendo así a su difusión y alcance hacia el público.

- **Preservación y restauración:** El IMCINE tiene a su cargo el Archivo Fílmico de la Cinoteca Nacional, donde se resguarda y preserva el patrimonio cinematográfico mexicano. Esto incluye no solo películas comerciales, sino también muchas producciones independientes que forman parte de la historia del cine en México. La labor de preservación y restauración realizada por el IMCINE asegura que estas obras puedan ser apreciadas y estudiadas en el futuro.

IMCINE desempeña un papel fundamental en el apoyo y promoción del cine independiente en México. A través de sus programas de financiamiento, formación, difusión y preservación, contribuye a fortalecer la industria cinematográfica independiente, facilitando el acceso a recursos financieros, promoviendo la formación de talento y brindando oportunidades de exhibición y difusión a las producciones independientes.

5.6. La era digital y su influencia en el Cine independiente

La relación entre las redes sociales y el cine se ha ido estrechando cada vez más, puesto que se han convertido en una herramienta fundamental de difusión e interacción con los internautas de tal manera que han ganado una relevancia dentro las estrategias de publicidad, la viralización de contenidos y para la incorporación del público en el proyecto.

“La promoción de películas ha encontrado en los medios sociales un excelente canal de comunicación, que no sólo le ha permitido anunciar sus próximos estrenos, sino elaborar complicadas estrategias de comunicación que permiten llevar y ampliar la experiencia del cine a todos sus usuarios” (Vásquez, 2014).

Sin embargo, también es necesario abordar el tema de las plataformas de streaming que han causado un cambio dentro del paradigma del negocio no solo de las productoras sino también de los exhibidores, actualmente existen plataformas de streaming que crean una nueva vertiente. Este fenómeno se ha venido presentando desde 2011, año en el cual Netflix decide crear contenido propio a su catálogo digital que ya se había expandido a diferentes partes del mundo.

De esta manera es que ahora las plataformas de streaming otorgan financiamientos a diferentes proyectos a cambio de sus derechos, esto forma parte de la fase de producción, esto provoca que la misma plataforma lance una campaña grande o pequeña según sea el presupuesto en redes sociales para promocionar y difundir a los filmes.

“Las redes sociales son una herramienta más en la estrategia de comunicación de los contenidos, y en el caso del cine, una de las grandes fortalezas de la plataforma” (Vidal, 2019).

La siguiente generación de cineastas capitaliza y lleva a cabo los cambios que se han presentado en la industria cinematográfica, pero es importante mencionar que así mismo se

crean contenidos de promoción, de divulgación o alguna estrategia publicitaria a una velocidad impresionante que puede caer en la infodemia.

“La inmediatez es el mayor peligro para la calidad de unos contenidos que en otros tiempos eran producto de una reflexión más pausada y un planteamiento de textos más meditado” (Vásquez, 2014)

5.7. Periodistas culturales y su papel en la difusión del cine

Con la entrevista a Fernanda Solorzano a quien utilizaremos como informante clave, podremos dar una visión del papel de los periodistas culturales y su función dentro de la difusión del cine alternativo mexicano.

El periodismo es un medio de comunicación que no solo puede encasillarse en los *massmedia* sino que también es parte de la construcción, circulación e inculcación de procesos cognitivos y de prácticas de las cultura, de estas manera se puede comprender como un sistema de producción del sentido social.

Bourdieu hizo un estudio del campo periodístico en el cual retrata cómo es que este está estructurado sobre un eje polarizado de oposición por el predominio, el cual estaba ligado al éxito comercial y obedeciendo a la lógica económica llamando “prensa de gran público” y a su vez, encontrando “la prensa seria” que antepone la autonomía y una ética periodística de menor relevancia en el campo (Andion, 2009).

Esto se debe a que el campo del periodismo cultural desde su inicio ha estado en una relación simétrica con sus receptores en la cual se ha trabajado bajo la premisa de que estos cuentan con un capital cultural y por ende su discurso implica una estrategia de segmentación, creando a la “alta cultura”.

De esta manera se crea una estructura jerárquica dentro del campo periodístico. Así mismo es que el periodista y/o reportero cultural busca la información a partir de una lógica que maneje el periodico que sea pertinente en relevancia, exclusiva y cumplir con la agenda del día.

Estos agentes son considerados como un trabajador intelectual dentro de la industria de la información (Andión, 2009), se adentran en la encrucijada de las cuestiones cambiantes de las condiciones históricas y materiales del espacio social, es así que ellos producen y consumen capital cultural.

Conforme a lo señalado por la periodista Fernanda Solorzano, los periodistas han tenido gran influencia y mayor respaldo de las redes socio digitales, puesto que de esa manera se alejan de la línea editorial y pueden plasmar sus propias opiniones al redactar o hablar sobre los nuevos filmes.

“En los últimos años las redes sociales han tenido mucha más presencia y peso en los certámenes cinematográficos... Además de mantener una presencia constante, cara a las redes, el periodista genera interés y curiosidad... pero también debe acordarse de dar visibilidad y reconocimiento a los títulos más invisibles del circuito, asumiendo también labores de prescripción de cara a sus audiencias” (Aller, 2014).

Así mismo, señala que esta inmediatez con las que trabajan las grandes casas productoras han sido una desventaja para los periodistas, puesto que al ser en mayor volumen solo les dan un tiempo limitado en cartelera a las independientes o a las mismas comerciales dejando así que opten por nuevos formatos para compartir la información como lo son las videoreseñas.

Sin embargo, hace referencia a que parte de la labor de los críticos y periodistas culturales es quitar esa sensación de que el cine mexicano es infravalorado además de subestimado o sobrestimado, puesto que la desconfianza al cine nacional se ha cultivado desde hace décadas pero es importante quitar estas malas costumbres de la sociedad mexicana.

6. Conclusiones

6.1. Divulgadores y difusores: un trabajo en conjunto para promover el consumo de cine independiente

En definitiva, podemos concluir que es necesario que los periodistas culturales trabajen en conjunto con los divulgadores para que, a través de la conectividad que ofrece la era digital, se pueda ejercer una práctica educativa, que no solo divulgue si no que eduque las audiencias sobre la pertinencia del cine independiente, además de promover en la sociedad mexicana el consumo de este tipo de filmes.

Como hemos podido ver a lo largo de la investigación, el periodismo cultural ha sido infravalorado a partir de la poca ganancia económica que este puede llegar a tener si no responde a intereses capitalistas, aunado a que, en México el periodismo cultural generalmente se ha dirigido a una sociedad exclusivista en la cual solo los intelectuales pueden acceder a esta información. Y es por eso que en este tipo de periodismo se ha manejado mayoritariamente una relación simétrica con sus receptores, es decir, se rige bajo la premisa de que estos ya cuentan con un capital cultural, y por ende su discurso implica una estrategia de segmentación, creando a la “alta cultura”.

Tras interpretar la información obtenida, podemos deducir que entre otras cosas, el cine independiente es complejo, en el sentido que la “independencia” puede definirse en parte, por la independencia del autor a narrativas comerciales. Dichas narrativas independientes pueden contener diversos temas cómo problemáticas sociales o presentar narrativas ligadas al arte y a la composición fotográfica. Por otro lado, como lo hemos mencionado a lo largo de la investigación, también existe la independencia económica que tiene un filme al momento de su realización, y que no siempre va en conjunto con la independencia del autor,

pues hoy día existen películas independientes, que han sido financiadas por grandes productoras.

Tal y como hemos podido darnos cuenta, la situación en la que se encuentra el cine mexicano actualmente, es resultado de una serie de factores políticos, económicos y culturales que se vienen destapando en el país desde hace décadas y que han culminado en una industria cinematográfica que produce excelentes películas, pues año con año se realizan filmes mexicanos de distintas índoles, pero que, sin embargo, muchos de ellos quedan en la periferia de la industria, “enlatados”, es decir, que ni quiera han podido ver la luz del sol, pues las audiencias aún no son lo suficientemente amplias para que los grandes consorcios de exhibición les den más cabida en sus salas de cine, dando como resultado, que algunos de estos filmes independientes se proyecten solo en espacios alternativos muy particulares.

Aunado a lo anterior, en dichos sitios se ha visto que parte de su éxito ha sido el crear, a partir de las redes socio digitales, una comunidad de personas que se interesen por los temas y narrativas cinematográficas diferentes. Y al hacerse de esa red, pueden estar más en contacto con sus audiencias, e incluso llegar a otros públicos, ya que a veces el propio algoritmo de las redes socio digitales facilita esto. Por ejemplo, según las declaraciones de Ximena Hernández, directora de la casa del cine, su comunidad ha crecido de manera orgánica, ya que su clientela, que es la que mantiene el recinto de pie, se ha formado única y exclusivamente a partir de las redes sociales.

En relación al punto anterior es que el ciberperiodismo toma un lugar relevante, porque con la llegada de la Era digital, hemos visto que este ha adquirido un papel crucial y que los periodistas y los medios de comunicación digitales se han convertido en actores clave en la difusión de información. Por lo tanto, y tomando en cuenta la experiencia de “La casa del cine” : ¿si hubiera más presencia del ciberperiodismo cultural cinematográfico en las redes socio digitales, sería suficiente para que en México acrecentara sus audiencias en cine nacional e independiente?

Se debe volver a hacer un énfasis en que la divulgación y la difusión, a pesar de tener un significado muy parecido no son lo mismo, puesto que su diferencia radica en su proceso y su objetivo, el cual para la divulgación es la formación de los productos simbólicos y se inclina más al enfoque educativo, a diferencia de la difusión, la cual asume que sus receptores tienen mayores conocimientos y saberes implícitos del lenguaje y la cultura.

Por otro lado, la industria mexicana de cine ha sido afectada por la desestimación que ha sufrido no solo por la sociedad mexicana sino por el mismo estado, como se ha dicho en el apartado de hallazgos, el estado tiene un papel fundamental pero este se dejó de lado durante tanto tiempo que pareciera ahora que el estado degenerativo del cine nacional se encuentra más allá de la ayuda que pueda ofrecer ahora el gobierno. El cine independiente ha tratado con políticas públicas y una mala promoción cultural entre la sociedad pública. Es así que a los esfuerzos que actualmente hace PROCINE pudieran no parecer válidos debido a la indiferencia por parte de la población, puesto que la sociedad mexicana se ha formado a partir del desapego de la cultura y actualmente se sobrevive a partir de la inmediatez y del entretenimiento en lugar del aprendizaje.

Es de igual importancia hacer hincapié que dichos esfuerzos gubernamentales llegan después de una historia en la que se ha relegado y nulificado al cine, de tal manera que las financiaciones privadas se volvieron tan importantes que hoy día determinan la programación en cartelera.

Concluimos y reiteramos, que la situación actual del cine independiente, es el resultado de múltiples factores, como la falta de suficientes apoyos gubernamentales para que los cineastas no solo puedan realizar sus filmes, sino que también puedan proyectarlos y publicitarlos, además, la falta de más espacios de formación cinematográfica que permitan a quienes aspiran a ser cineastas, más accesibilidad al capital simbólico institucionalizado. Así mismo, necesitamos más medios de comunicación que abran espacios para también hablar de este otro tipo de cine, del cine que nos hace pensar y crea conciencia. Pero una de las cosas más importantes es, como lo hemos dicho, fomentar y educar a nuestras audiencias para que no solo sean conscientes de la importancia de ver películas con nuevas narrativas,

sino que también se atrevan a probar nuevos géneros y estilos, pero sobre todo, que puedan tener las herramientas para poder entender las problemáticas planteadas en los filmes, y no solo se quede en las salas de cine, sino que los cambios puedan verse reflejados en nuestras acciones del día a día.

Finamente, al contrario de lo que llegamos a pensar en algún momento de la investigación, el cine independiente financiado por plataformas digitales ,no necesariamente está mal al dejar de lado su independencia económica, sino que el apoyo de financiación y exhibición por parte de las plataformas de streaming pueden abrirle la puerta a muchos filmes enlatados.

7. Fuentes de información

- *ANUARIO ESTADÍSTICO DE CINE MEXICANO 2021*. (2021). <http://anuariocinemx.imcine.gob.mx/>. Recuperado 21 de agosto de 2022, de <http://anuariocinemx.imcine.gob.mx/Assets/anuarios/2021.pdf>
- Andión Gamboa, Eduardo (2009). *Los intermediarios: difusión y creación simbólica en el campo del periodismo cultural (1982-2002)*. Tesis de maestría. Universidad Autónoma Metropolitana.

- · Avendaño, A. B. (2020, 12 octubre). *Eugenio Derbez utilizó fideicomisos para sus películas y de su hijo*. RegeneraciónMX. Recuperado 25 de septiembre de 2022, de <https://regeneracion.mx/eugenio-derbez-utilizo-fideicomisos-para-sus-peliculas-y-de-su-hijo/#:%7E:text=Cuya%20aportaci%C3%B3n%20a%20trav%C3%A9s%20de,A%20la%20mala%2C%20entre%20otras.>
- · Barbero, J. (2019, 3 diciembre). *5 películas filmadas con celulares*. Indie Hoy. Recuperado 26 de septiembre de 2022, de <https://indiehoy.com/cine/5-peliculas-filmadas-con-celulares/>
- · Calderon Jocelyn (2021, Febrero del 2021) *El cine post pandemia: La transformación de la industria*. UNLA. Recuperado el 25 de septiembre del 2022:<https://www.unla.mx/blogunla/el-cine-post-pandemia-la-transformacion-de-una-industria>
- Carrión, Jorge (2020). *Ideas para renovar el periodismo cultural*. *The New York Times*. Recuperado de: <https://www.nytimes.com/es/2020/07/05/espanol/opinion/ideas-para-renovar-el-periodismo-cultural.html>
- Castañeda, U. (2017, enero 14). *Cine mexicano de los 70: La década crucial*. <https://www.cronica.com.mx/>. <https://www.cronica.com.mx/notas-cine-mexicano-de-los-70-la-decada-crucial-1004847-2017.html>
- · *Cine en Construcción : presentación* | *Cinelatino*. (s. f.). Recuperado 25 de septiembre de 2022, de <https://www.cinelatino.fr/contenu/cine-en-construccion-presentacion>

- Contra el Silencio Todas las Voces Home - Contra el Silencio Todas las Voces % %. (2022, octubre 6). Contra el Silencio Todas las Voces; Voces Contra el Silencio. <https://www.contraelsilencio.org/>
- · CPAONLINE. (11 de junio de 2018) *¿Cómo se distribuye una película?*. Blog CPAONLINE, Formación Profesional Online. Noticias sobre el sector audiovisual, marketing y deporte.. Recuperado de: <https://www.cpaonline.es/blog/produccion-audiovisual/como-se-distribuye-pelicula/#:~:text=Tenemos%20de%20una%20parte%20la,en%20manos%20de%20la%20distribuidora.>
- Dávalos Orozco, Federico (2011). El surgimiento del cine como documento periodístico. En: Carmen Avilés Solís, Emanuel Hernández Ortiz, Julio Horta (Ed.), *Periodismo en México* (pp. 141–149). Editorial Porrúa.
- El cine y las plataformas de streaming, ¿amigos o enemigos? (2021, agosto 11). Welab Professional Equipment; Welab Canary Islands. <https://welabplus.com/2021/08/11/cine-y-streaming-amigos-o-enemigos/>
- · *El mesero (2021)*. (s. f.). FilmAffinity. Recuperado 25 de septiembre de 2022, de <https://www.filmaffinity.com/es/film207498.html>
- · García Durán, J.(1986) *El cine independiente mexicano [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional Autónoma de México]* Dirección General de Bibliotecas Tesis Digitales. Recuperado de <http://132.248.9.195/pmig2018/0038379/Index.html>
- · Grosso, N. (2021, 2 septiembre). *Películas profesionales que se rodaron con un teléfono*. MuyInteresante.es. Recuperado 26 de septiembre de 2022, de <https://www.muyinteresante.es/tecnologia/articulo/peliculas-profesionales-que-se-rodaron-con-un-telefono-561630596495>

- · Gutierrez, V. (22 de diciembre del 2015). Distribución del cine en México, controlada por estudios extranjeros. El Economista. <https://www.economista.com.mx/arteseideas/Distribucion-del-cine-en-Mexico-controlada-por-estudios-extranjeros-20151222-0114.html>
- · Juárez Alejandro (2018, 24 de noviembre) *Roma, una estrategia de Netflix para posicionarse en el circuito del cine*. El Ceo. Recuperado el 22 de septiembre del 2022: <https://elceo.com/negocios/roma-una-estrategia-de-netflix-para-posicionarse-en-el-circuito-del-cine/>
- Las décadas de 1970 y 1980. (s/f). Cinema23.com. Recuperado el 15 de junio de 2023, de <https://cinema23.com/blog/trayecto23/las-decadas-de-1970-y-1980/>
- · Manuel, N. (2020, 6 noviembre). *El cine, una actividad esencial para reactivar la economía en México*. UNAM Global. Recuperado 25 de septiembre de 2022, de <https://unamglobal.unam.mx/el-cine-una-actividad-esencial-para-reactivar-la-economia-en-mexico/>
- · Martínez-Piva, J., Padilla, R., Schatan, C., Vega, V. La industria cinematográfica en México y su participación en la cadena global de valor. V. *Series de la CEPAL Estudios y perspectivas*. (122) URL <http://hdl.handle.net/11362/4903>
- · Maza, G. *¿Para qué sirven los festivales de cine? El efecto Rotterdam y estrategias de visibilidad*. (2019). La Fuga. Recuperado el 22 de septiembre de 2022 de: <https://www.lafuga.cl/para-que-sirven-los-festivales-de-cine/304#:~:text=El%20negocio%20de%20los%20festivales,reconocimiento%20en%20festivales%20%E2%80%9Cprestigiosos%E2%80%9D.>

- *No es cuento, el cine empuja la economía.* (2018, 27 septiembre). Industrias Creativas. Recuperado 25 de septiembre de 2022, de <https://blogs.iadb.org/cultura-arte-creatividad/es/no-es-cuento-el-cine-empuja-la-economia/>
- Pérez, A. Z. (s/f). Otros modos de ver cine: nuevos espectadores y redes de cine independiente en México. Org.mx. Recuperado el 15 de junio de 2023, de <https://www.scielo.org.mx/pdf/desacatos/n58/2448-5144-desacatos-58-132.pdf>
- Pública, A. (2018, 23 marzo). *¿Cuánto gasta el gobierno en producir películas mexicanas?* Arena Pública. Recuperado 25 de septiembre de 2022, de <https://www.arenapublica.com/articulo/2018/03/23/10516/peliculas-mexicanas-gasto-gobierno-imcine-eficine>
- *RESULTADOS DEFINITIVOS 1o Enero al 31 de Diciembre 2021.* (2021). <http://canacine.org.mx/informacion-de-la-industria/estadisticas/>. Recuperado 19 de septiembre de 2022, de <http://canacine.org.mx/wp-content/uploads/2022/01/Resultados-definitivos-2021-2.pdf>
- Statista. (2022, 16 septiembre). *Ranking mundial de las producciones de cine más costosas de la historia.* Recuperado 26 de septiembre de 2022, de <https://es.statista.com/estadisticas/586867/producciones-de-cine-mas-costosas-de-la-historia-a-nivel-mundial/>
- Televisión Metropolitana. (s. f.). *Raíces.* Cinema 22. Recuperado 25 de septiembre de 2022, de <https://cinema22.canal22.org.mx/sinopsis.php?id=117&barra=Cineteca>
- *Temporada de estrenos / Ciclo de cine.* (2022, 6 septiembre). Casa de Mexico. Recuperado 26 de septiembre de 2022, de

<https://www.casademexico.es/cine-en-casa-de-mexico/temporada-de-estrenos%e2%80%8b-ciclo-de-cine/>

- · UNESCO. *El impacto de la pandemia del COVID-19 en la sostenibilidad de los medios de comunicación en América Latina*. (2021). Recuperado el 22 de septiembre de 2022 de: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000377631>
- Universitat Oberta de Catalunya. (s/f). La importancia de las redes sociales en la promoción de cine y series. Uoc.edu. Recuperado el 15 de junio de 2023, de <https://comein.uoc.edu/divulgacio/comein/es/numero89/articles/importancia-redes-sociales-promocion-cine-series.html>
- Vázquez, R. (2014, mayo 29). Cine, redes sociales y viralidad. Forbes México. <https://www.forbes.com.mx/cine-redes-sociales-y-viralidad/>
- Watkins, T. (s/f). ¿Cómo transforman las redes sociales la industria cinematográfica? Canon . <https://www.canon.es/pro/stories/social-media-filmmaking-debate/>
- Wikipedia contributors. (s/f). Netflix. Wikipedia, The Free Encyclopedia. <https://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Netflix&oldid=151647726>
- · «50 o dos ballenas se encuentran en la playa», de Jorge Cuchí: cuando la muerte se vuelve una forma de amor. (2021). imcine.gob.mx. Recuperado 26 de septiembre de 2022, de <https://www.imcine.gob.mx/Pagina/Noticia?op=aeb4b110-66a4-4b9a-9c4b-c9032dcc0989>

- **Referencias**

- · Álvarez, S. (2014). *Portal del cine y el audiovisual latinoamericano y caribeño*. Obtenido de <http://cinelatinoamericano.org/texto.aspx?cod=493>

- · Córdova, E. (24 de 02 de 2022). *Cinconoticias*. Obtenido de <https://www.cinconoticias.com/cine-de-autor/>
- · Dromundo, R. A. (3 de julio de 2006). *Revista electrónica de investigación educativa*. Obtenido de [https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1607-40412007000100008#:~:text=Bourdieu%20define%20el%20concepto%20de,%C3%A9I%20\(Guti%C3%A9rrez%2C%201997\).](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1607-40412007000100008#:~:text=Bourdieu%20define%20el%20concepto%20de,%C3%A9I%20(Guti%C3%A9rrez%2C%201997).)
- · Federicop. (17 de Octubre de 2013). *Trusted Translations*. Obtenido de <https://www.trustedtranslations.com/es/blog/pelicula-extranjera-o-en-idioma-extranjero>
- · Grant, P. S., & Wood, C. (2004). *Blockbusters and trade wars: popular culture in a globalized world*. Vancouver, Canada: Douglas & McIntyre.
- · Gutiérrez, A. B. (1997). *Bourdieu y las prácticas sociales (2a. ed.)*. Córdoba, Argentina: universidad de Córdoba.
- Gutiérrez, V. (23 de diciembre de 2015). Distribución del cine en México, controlada por estudios extranjeros. *El Economista*. <https://www.eleconomista.com.mx/arteseideas/Distribucion-del-cine-en-Mexico-controlada-por-estudios-extranjeros-20151222-0114.html>
- Gutierrez, V. (2017, octubre 13). Cinépolis y Cinemex: dueños de la exhibición del cine en México. *El Economista*. <https://www.eleconomista.com.mx/arteseideas/Cinopolis-y-Cinemex-duenos-de-la-exhibicion-del-cine-en-Mexico-20160209-0103.html>
- Hinojosa Córdoba, Lucila; Padrón Madorro, José Antonio. (2018). El cine mexicano y el TLCAN. *Ciencia UANL*. No. 89.

- López, L. C. (22 de 03 de 2010). *Scielo*. Obtenido de Comunicación y sociedad:
https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-252X2011000100007
- Martínez Piva, Jorge Mario; Padilla Pérez, Ramón; Schatan Pérez, Claudia; Vega Montoya, Verónica. (2010). La industria cinematográfica en México y su participación en la cadena global de valor. CEPAL, Serie Estudios y perspectivas. N° 122.
- Masri, M. (s/f). Los Festivales de Cine más importantes de México. Latampictures.com. Recuperado el 31 de marzo de 2023, de <https://latampictures.com/los-festivales-de-cine-mas-importantes-de-mexico/>
- Maza, P. G. (s/f). ¿Para qué sirven los festivales de cine? laFuga. Recuperado el 31 de marzo de 2023, de <https://www.lafuga.cl/para-que-sirven-los-festivales-de-cine/304>
- Navarro Palazuelos, Ginés Alfonso. (2019). Explorando las políticas públicas para la producción de cine en México. *Economía creativa*. N° 11. pp. 120 - 149.
- Obenson, T. A. (26 de Febrero de 2013). *Cineuropa*. Obtenido de <https://cineuropa.org/es/newsdetail/233829/>
- Razones para invertir. (2021, abril 24). *Vozdelasempresas.org*. <https://vozdelasempresas.org/razones-para-invertir-cine-mexicano/>
- Reynoso, A. P. (1 de Diciembre de 2019). *SMASH*. Obtenido de <https://www.smashmexico.com.mx/cine/cine-de-arte-que-es-y-por-que-lo-llamamos->

[asi/#:~:text=El%20cine%20de%20arte%2C%20como,el%20arte%20por%20el%20arte\).](#)

- Ruíz Durán, Clemente (coor.). Diciembre, 2019. Estudio de Impacto de la Industria Cinematográfica en la Economía Mexicana. Cámara Nacional de la industria Cinematográfica y del Videograma. Universidad Nacional Autónoma de México.
- ¿Te Interesa Saber Qué Es Periodismo Cultural? (2021, julio 26). *Unila*.
<https://www.unila.edu.mx/que-es-periodismo-cultural/>
- Villa, D. A. (25 de Octubre de 2016). *Universidad D Córdoba*. Obtenido de <http://www.uco.es/organiza/centros/ciencias/es/el-cine-como-herramienta-para-la-divulgacion>.
- Wikipedia contributors. (s/f). Industria cinematográfica. Wikipedia, The Free Encyclopedia.
https://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Industria_cinematogr%C3%A1fica&oldid=139296665

8. Anexos Metodológicos

ANTIGUO COLEGIO DE SAN ILDEFONSO	AUDITORIO EN LA BIBLIOTECA JOSÉ VASCONCELOS	CASA DEL CINE MX	FILMOTECA DE LA UNAM	FARO DE ORIENTE
<p>Justo Sierra 16, Centro Histórico de la Ciudad de México 06020 México, D.F.</p> <p>http://www.sanildefonso.org.mx/especiales.php</p> <p>SIN REDES</p> <p>De martes a domingo en un</p>	<p>Eje 1 Nte. S/N, Buenavista, Cuauhtémoc, 06350 Ciudad de México, CDMX</p> <p>http://www.bibliotecavasconcelos.gob.mx/</p> <p>Fb. https://www.facebook.com/bibliotecavasconcelos.buenavista/?locale=es_LA</p>	<p>República de Uruguay 52, Centro Histórico de la Cdad. de México, Centro, Cuauhtémoc, 06000 Ciudad de México, CDMX</p> <p>https://lacasadelcine.mx/</p> <p>Fb. https://www.facebook.com/casadelcine/</p> <p>\$60 x adulto</p> <p>De martes a domingo en un horario de 1 pm. a 9 pm.</p>	<p>Circuito Maestro, Mario de La Cueva S/N, C.U., Coyoacán, 04510 Ciudad de México, CDMX</p> <p>https://www.filMOTECA.unam.mx/</p> <p>Fb. https://www.facebook.com/FilmotecaUNAM</p>	<p>Calle Ignacio Zaragoza S/N, Iztapalapa, Fuentes de Zaragoza, 09150 Ciudad de México, D.F., México</p> <p>https://www.cultura.cdmx.gob.mx/recintos/faro-oriente</p> <p>SIN REDES</p> <p>Entrada libre de martes a domingo</p>

<p>horario de 11 am. a 6 pm.</p> <p>CLUB DE CINE</p>			<p>\$50 por persona</p> <p>De miércoles a domingo en un horario de 9 am a 6pm.</p> <p>SUJETO A LA HORA DE LA FUNCIÓN</p>	<p>en un horario de 9 am. a 9 pm.</p>
FARO DE TLAHUÁC	TEATRO JOSÉ MARTÍ	COMPLEJO CULTURAL DE LOS PINOS	LA CASA DEL LAGO	MUJERES EN EL CINE Y LA TELEVISIÓN
<p>Av. La Turba S/N, Tláhuac, Miguel Hidalgo, 32000 Ciudad de México, D.F., México</p> <p>https://www.cultura.cdmx.gob.mx/recintos/faro-tlahuac</p>	<p>Calle Dr Mora 1, Colonia Centro, Cuauhtémoc, 06300 Ciudad de México, CDMX</p> <p>SIN PÁGINA WEB</p>	<p>Calz. del Rey S/N, Bosque de Chapultepec I Secc, Miguel Hidalgo, 11580 Ciudad de México, CDMX</p> <p>https://lospinos.cultura.gob.mx/</p> <p>Fb. https://www.facebook.com/LosPinos.Cultura/</p> <p>Entrada libre de martes a domingo en un horario de 11 am. a 6 pm.</p>	<p>Bosque de Chapultepec, Primera Sección S/N, San Miguel Chapultepec, 11850, Ciudad de México</p> <p>https://casadella.go.unam.mx/nuevo/</p> <p>SIN REDES</p>	<p>Florida, 01030 Ciudad de México, CDMX</p> <p>https://www.muierescineytelevisión.org/</p> <p>Fb. https://www.facebook.com/mujerescineytelevisión</p> <p>FECHAS ESPECÍFICAS</p>

<p>Fb. https://www.facebook.com/faroflahuac/</p> <p>Entrada libre de martes a domingo en un horario de 10 am. a 7 pm.</p>	<p>Fb. https://www.facebook.com/culturalmarti/?locale=es_LA</p> <p>De lunes a sábado en un horario de 9 am. a 8 pm.</p> <p>Domingos de 10 am. a 6 pm.</p>		<p>De miércoles a domingo de 11 am. a 6 pm.</p>	<p>CLUB DE CINE</p>
<p>ALIANZA FRANCESA CIUDAD DE MÉXICO</p>	<p>AUDIOVIDEORAMA PARQUE HUNDIDO</p>	<p>AUDITORIO PAPALOTL, POHUALIZCALLI</p>	<p>AUTOCINEMA CITIBANAMEX CHAPULTEPEC</p>	<p>CINEDOT AZCAPOTZALCO</p>
<p>Plaza San Luis Potosí 26, Col. Chimalistac, 01070, Del. Álvaro Obregón, Ciudad de México.</p> <p>https://www.alianzafrancesamx.edu.mx/cultura/eventos-3/cine-club</p> <p>Fb. https://www.facebook.com/AFCDMX</p>	<p>Av de los Insurgentes Sur s/n Col. Extremadura Insurgentes CP 03740, Benito Juárez, Ciudad de México</p> <p>http://sic.gob.mx/ficha.php?table=auditorio&tableid=1479</p> <p>Fb. https://www.facebook.com</p>	<p>Iztapalapa Reforma Económica No. 52, Reforma Política, Iztapalapa, Mexico City, Mexico</p> <p>https://www.pohualizcalli.org/?fbclid=IwAR2INcO740IiQ179Sq0BrY0AqfSrQvOAbcqvR8bCB8HO5Y9zGLsMX2gGXHc</p> <p>Fb. https://www.facebook.com/Pohualizcalli/</p> <p>Entrada libre y con fechas específicas</p> <p>CLUB DE CINE</p>	<p>Av. Parque Chapultepec 1200, Alpes, Col. Fracc. El Pedregal, 78295 San Luis, S.L.P.</p> <p>http://experiencia.plus/?fbclid=IwAR3EroYK6ce8U520RLoSFpT8k02KmmIND4wC=:byh4DhuP4ox1T2ENfaUfQw</p> <p>Fb. https://www.facebook.com</p>	<p>16 de Septiembre 527, Centro de Azcapotzalco, Azcapotzalco, 02000 Ciudad de México, CDMX, Mexico</p> <p>https://www.cinedot.com.mx/Browsing/Cinemas/Details/000000004</p> <p>Fb. https://www.facebook.com/Cinedot.mx</p>

<p>Entrada libre de martes a miércoles</p> <p>CLUB DE CINE</p>	<p>m/BJAlcaldi a</p> <p>Entrada libre y con fechas específicas</p> <p>CLUB DE CINE</p>		<p>cebook.com/pages/Autocinema-Citibanamex/10594244152423</p> <p>\$319 x auto de lunes a domingo en un horario de 5 pm. a 8 pm.</p>	<p>\$52 por persona diario</p>
<p>CINEFORO MAYAHUEL</p>	<p>CINE MOVIL TLACUACHE</p>	<p>CINE SEDEMA LOMAS DE SOTELO</p>	<p>ARTE 7 CINE</p>	
<p>Mina 11 San Mateo Tlaltenango, Cuajimalpa de Morelos, Mexico City, Mexico</p> <p>SIN PÁGINA WEB</p> <p>Fb. https://www.facebook.com/CineForo</p>	<p>Ignacio Zaragoza s/n, Santiago Tulyehualco, Xochimilco, 16700 Ciudad de México, CDMX</p> <p>SIN PÁGINA WEB</p> <p>Fb. https://www.</p>	<p>Plaza Sedena, Lomas de Sotelo, Militar, Miguel Hidalgo, 11200 Ciudad de México, CDMX</p> <p>SIN PÁGINA WEB</p> <p>Fb. https://www.facebook.com/people/Cine-Sedena-Lomas-De-Sotelo/100069322193020/?locale=es_LA&paipv=0&eav=Afat0LQF3YT7hxpzoGkrKhDCbroMBfXKBdaDvOEuk00FmtEChocrYACFwuxdq3tDMUI&rdr</p>	<p>Cerrada Eleuterio Méndez # 11 Col. San Diego Churubusco, Coyoacán 04120, CDMX, México</p> <p>https://www.arte7.net/</p> <p>Fb. https://www.facebook.com/Arte7escuela/</p>	

<p><u>Mayahuel/?l</u> <u>ocale=es_LA</u></p> <p>Entrada libre en fechas específicas</p> <p>CLUB DE CINE</p>	<p><u>facebook.com/CinemovilTlacuache/?l</u> <u>ocale=es_LA</u></p> <p>Entrada libre en fechas específicas</p> <p>CLUB DE CINE</p>	<p>\$45 por persona de miércoles a domingo</p>	<p>Entrada libre en fechas específicas</p> <p>CLUB DE CINE</p>	
---	--	--	--	--