El Cluster y la Ciudad Creativa: ¿Alternativas para una Política Cinematográfica en la Ciudad de México en la Convergencia Digital?

The Cluster and Creative City: Alternatives for a Film Policy in Mexico City in the Digital Convergence?

CESAR BARCENAS CURTIS

RESUMEN

A partir de establecer las condiciones estructurales de la producción cinematográfica, particularmente de la ciudad de México, este análisis cuestiona las posibles oportunidades y desventajas de la producción películas mexicanas, en el caso de adoptar las estrategias operativas para una política cinematográfica a partir de la idea del Cluster o de la Ciudad Creativa.

PALABRAS CLAVE: Cluster, Ciudad Creativa, Políticas Cinematográficas, Producción de Cine, Convergencia Digital.

ABSTRACT

From establishing the structural conditions of film production, particularly in Mexico City, the intention is to question the possible opportunities or disadvantages of the production of Mexican films, in the case of adopting the operational strategies for a film policy from the idea of a Cluster or the Creative City.

KEYWORDS: *Cluster, Creative City, Film Policies, Mexican Film Production, Digital Convergence.*

Puntos de partida

El financiamiento de la producción cinematográfica en México durante la primera década del siglo XXI se ha basado en estrategias de fomento relacionadas con el uso de fondos públicos a partir de créditos reintegrables, concursos, incentivos fiscales y subsidios, lo que en términos generales ha permitido el aumento en el número de producciones de 2006 a la fecha¹. En el área de la distribución, el dominio de las compañías que integran la Motion Pictures Association (MPAA) se ha mantenido constante durante las últimas décadas. De hecho durante 2012, 9 de las 10 películas con mayor número de ingresos y espectadores pertenecieron a Walt Disney, Fox, Warner, Sony, Paramount, Universal (Anuario Estadístico de Cine Mexicano, 2012: 60).

Por otra parte, el sector de la exhibición cinematográfica en México quedó seriamente debilitado hasta el ingreso, a mediados de la década de 1990, de inversionistas extranjeros que obtuvieron facilidades para posicionarse en el mercado de la exhibición cinematográfica, de alguna manera, apoyándose en el entorno creado por el Tratado de Libre Comercio de América del Norte y la Ley Cinematográfica de 1992, donde estaban implícitos una serie de preceptos relacionados con la apertura económica y el libre mercado, representados en las cuotas de pantalla y en la liberalización del precio de los boletos (Gómez, 2006).

Estos factores, al parecer fueron el detonante "para el renacimiento del negocio de la exhibición cinematográfica en México", proceso que se ha caracterizado por el desarrollo y permanencia de los siguientes elementos desde la última década del siglo pasado (Rosas, 2003 y 2006): 1) Concentración de la distribución y exhibición en empresas transnacionales que dominan el 95% del mercado. 2) Predominio de las películas estadounidenses en las carteleras cinematográficas, que de cierta forma influye en el empobrecimiento de la oferta de películas para el público. 3) Se construyen salas de exhibición a partir del modelo "multiplex" en centros comerciales, y de forma paralela desaparecen las salas únicas, salas de barrio y entran en crisis los cineclubes y salas de cine de arte. 4) El retorno del público mexicano a las salas cinematográficas se restringe principalmente a las clases medias y altas, en detrimento de las clases populares que asisten de manera limitada. 5) Las transformaciones tecnológicas para modificar las características de las antiguas salas de cine en México, han sido realizadas por las dos empresas de exhibición más dominantes

1 "En México, de 26 largometrajes producidos en el 2005 se pasó a 60 en el 2006 y 70 en el 2007, la producción más alta en 17 años. Los estrenos nacionales en el mercado local aumentaron de 25 en el 2005, a 33 en el 2006 y 43 en el 2007, obteniendo un público de 5.99 millones de espectadores el primer año, 11 millones en el segundo y 14 millones en el tercero, para un porcentaje total de espectadores el primer año, para un porcentaje total de espectadores anuales de 3.67 %, 6.81 % y 8.23% respectivamente" (Instituto Mexicano de Cinematografía, 2007).

del mercado, Organización Ramírez (Cinépolis) y Cinemex, las cuales ofrecen en sus salas mejor calidad de imagen y sonido, además de otras facilidades.

En términos generales, el número de películas producidas en México se ha incrementado durante los últimos, por lo que en un primer momento podría pensarse que al aumentar la producción de filmes nacionales existirían más posibilidades para su distribución en un mercado digital. Sin embargo, durante 2010 se estrenaron 56 películas mexicanas, en 2011 fueron 62, y en 2012 se exhibieron 67 cintas (Instituto Mexicano de Cinematografía, 2013: 15), por lo que aparentemente existe un desequilibrio entre lo producido y lo que realmente se exhibe en las salas de cine.

En este caso, a pesar de una mayor producción, al parecer se incrementan las dificultades para su distribución, por lo que en apariencia la variable digital no implica de manera indefectible mayores oportunidades. De hecho, durante 2012 se estrenaron algunas películas mexicanas que no alcanzaron los mil espectadores (Instituto Mexicano de Cinematografía, 2013: 72), factor que desarrolla un fenómeno donde crece la producción, pero se mantienen las dificultades para su distribución.

Películas Producidas 2006–2012

2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
64	70	70	66	69	73	112

Fuente: Instituto Mexicano de Cinematografía (2013: 15).

Ante esta serie de problemáticas, el Instituto Mexicano de Cinematografía a finales de 2012, presentó el documento "Diagnóstico y Propuestas" (Imcine, 2012: 25), donde entre otras cosas, para mejorar las condiciones de producción y distribución de cine mexicano, se propone la formación de clusters con la intención de "reconfigurar" las condiciones del mercado cinematográfico en México ante el control de las majors de Hollywood en la distribución y la polarización del sector de la exhibición en dos empresas dominantes.

En el caso mexicano, las problemáticas referentes a su distribución y exhibición pueden incrementarse a partir de que en un entorno digital, las presiones sobre el control de la cadena de valor² por parte de los distribuidores aumentan, así como también los

2 En las industrias culturales la cadena de valor de producción incluye en primer lugar la adquisición o creación de contenido para realizar una selección, organización y procesamiento del mismo para desarrollar la producción y transformarlo en un producto con el fin de ser distribuido en el mercado. En segundo término, la cadena de valor de distribución consiste en poner a disposición del consumidor el producto ya terminado con el imprescindible apoyo de actividades publicitarias y de promoción (Picard, 2002: 34).

costos de comercialización, lo que incide a que en su mayoría las películas de Hollywood dominen las salas del país. En este sentido, los productores independientes en México, por lo regular durante los últimos tiempos están en constante lucha por encontrar mejores y más equitativos espacios de distribución y exhibición.

Comparativo de ingresos, asistentes y estrenos en las salas de exhibición en México durante 2012

	Ingresos	Asistentes	Estrenos
México	470 864 millones de pesos	10 millones 923 mil espectadores	67 películas
Estados Unidos	9 mil 507 706 millones de pesos	202 millones 278 mil espectadores	143 películas

Fuente: Instituto Mexicano de Cinematografía (2013: 43).

Es importante recordar que en la producción y distribución de productos culturales en un entorno digital adquiere nuevas posibilidades en términos de creación y de consumo, y al mismo tiempo, estas mercancías simbólicas adquieren un valor de uso, que en un principio puede parecer incierto, pero que a final de cuentas es definido a través de estrategias corporativas que se calculan a partir de precios en serie o por catálogo, así como por producto, y que también incluyen otras maniobras como el establecimiento de precios fijos con amplio margen de ganancia; omisión en el pago de regalías al equipo creativo; evasión de riesgos financieros a través de terceros; administración del catálogo; obtención de financiamiento público, etc. (Miège, 2011: 86).

Asimismo, en el proceso de convergencia digital en la exhibición cinematográfica, se están incrementando las presiones económicas, relacionadas con políticas y cuestiones legales, así como con las transformaciones tecnológicas, como ejemplifica el caso del Virtual Print Fee (VPF)³, situaciones que definen y condicionan con mayor intensidad las posibilidades de producción cinematográfica, y que al mismo tiempo son factores que incrementan las desigualdades en el mercado local y global.

Ante este contexto, posiblemente en el caso mexicano, el poder corporativo está definiendo en mayor medida los contenidos y sus formas de organización al tener el control estructural de la producción, sobre todo, por parte de distribuidores y exhibidores cinematográficos, televisoras y agencias publicitarias. En este sentido,

3 En un principio, la intención del uso del formato digital fue para reducir costos, aunque hay que señalar que en México, durante principios de 2012, los exhibidores estaban cobrando un VPF de 850 dólares por copia, que al incluir el costo del Digital Cinema Package (DCP) de 150 dólares, ascendía a 1000 dólares, que representaba el mismo costo de una copia en 35 mm, por lo que de cierta forma, no significaba un ahorro para el productor, pero sí un ingreso directo al exhibidor, por lo que en cierto momento, el VPF pudo imponer una serie de desventajas para la "cadena productiva" del cine mexicano (Cerrilla y Herranz, 2012: 52).

estas relaciones desarrollan y crean una serie de sinergias económicas y culturales representadas a partir de motivaciones, organizaciones administrativas, estructuras de poder y responsabilidades al momento de enfrentarse a un proyecto cinematográfico.

Al mismo tiempo, en el caso del uso de formatos digitales, es importante señalar que alteran las condiciones de producción en dos niveles, el artístico y el económico, por lo que se desarrollan nuevos procesos y relaciones de producción a partir de los costos, las formas de financiamiento y la movilidad de los equipos de grabación. Por lo tanto, ante este entorno, el objetivo de este artículo es cuestionarnos acerca de las posibilidades y alternativas que tienen las políticas públicas con respecto a la producción cinematográfica en México.

En primer término, a partir de establecer las condiciones estructurales de la producción cinematográfica, particularmente de la ciudad de México, este análisis tratará de identificar *a priori*, las supuestas ventajas y/o limitaciones para la producción de películas mexicanas a partir del establecimiento de una política cultural basada en los conceptos de Cluster o de Ciudad Creativa. En un segundo momento, estos conceptos se cuestionarán a partir de las visiones neoliberales sobre la producción cultural donde se plantea que los empresarios de las industrias culturales deben desarrollar nuevos modelos de negocios desde el punto de vista local, particularmente, para tener posibilidades en un mercado global, de ahí el desarrollo de conceptos como ciudades creativas y clusters culturales.

Producción Cinematográfica en la Ciudad de México en la Convergencia Digital

La producción cinematográfica en el contexto digital ha desarrollado una serie de transformaciones en sus rutinas laborales, básicamente al transformarse algunas de las condiciones de trabajo del personal (*crew*) y los procesos de laboratorio, las cuales son en parte, resultado de la introducción e interacción con los equipos digitales que cuentan con un alto grado de movilidad y facilidad para grabar que elimina el uso de película de celuloide y por ende los procesos de revelado del material. En este sentido, aparentemente se democratiza la posibilidad de hacer cine para algunos, al disponer de cámaras digitales de bajo costo, programas de edición caseros y posibilidades de distribución en Internet. Sin embargo, estas posibilidades para las diferentes cinematografías nacionales, no implican necesariamente, que Hollywood pierda su jerarquía en la producción cinematográfica mundial (Wasko, 2011).

La producción cinematográfica en México, al ser en su mayoría subsidiada por los fondos de producción establecidos por el Instituto Mexicano de Cinematografía (Imcine), más que representar una posible competencia o resistencia al dominio en términos de producción y distribución de las compañías de Hollywood, en determinado momento,

puede considerarse como un proceso que se desarrolla en un ambiente inequitativo y de conveniencia para las *majors* y grandes exhibidores que dominan la estructura de la cadena de valor del mercado cinematográfico mexicano. En cierto momento, su poder establece una serie de condiciones cuestionables, poco éticas, injustas, anti-competitivas y predatorias (Cones, 1997:1), que pueden tener posibilidades de extenderse e incrementarse a partir de las nuevas estrategias de negocio que se instauran en la convergencia digital⁴.

Número de Producciones apoyadas por los Fondos de Producción Estatales en México 2007–2012

	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Largometrajes Apoyados por el Estado	59	81	86	86	81	63
Largometrajes de Producción Privada	41	19	14	14	19	37

Fuente: Instituto Mexicano de Cinematografía (2013: 25).

La ciudad de México por ser el espacio geográfico más representativo, en el cual se desarrollan la mayoría de las actividades administrativas y de negocios del mercado cinematográfico en México, puede servir de manera general para describir el panorama de la producción filmica en la Convergencia Digital. En este sentido, el punto de referencia inicial será lo establecido por Muñoz y Gómez (2011), acerca de las características y condiciones de las productoras cinematográficas en la ciudad de México, en donde predominan los siguientes fenómenos:

1) Organización industrial de producción flexible⁵, como resultado de la descapitalización del sector productivo y el modo de producción por “proyecto”. 2) Vinculación entre las empresas de producción cinematográfica por motivos financieros de forma moderada, así como una mínima práctica en la subcontratación para realizar trabajos específicos. 3) Incipiente pero significativo nivel de transacciones entre las productoras y proveedores de servicios especializados, así como una pobre relación entre las empresas y

4 En este caso, la convergencia digital permite la interconexión de redes, equipos y contenidos, expresada a partir de la “interoperabilidad, transversalidad de soportes y contenidos, interactividad, accesibilidad, ubicuidad y accesos múltiples, fragmentación y recomposición de procesos comunicativos siempre abiertos, el encuentro entre lo micro y lo global, sinergias varias” (Zallo, 2011a: 56). Sin embargo, es preciso señalar que la tecnología no desarrolla estos procesos por sí misma, aunque tiene aportaciones, por lo que son los propios usuarios, responsables del cambio social y cultural.

5 Los procesos laborales sufren transformaciones dentro de un contexto donde existen conjuntos de empresas estrechamente ligadas, a partir de una profunda estructura de intercambios de información, materiales y de personal, lo cual implica una “flexibilidad especializada” que se caracteriza por permitir que una producción específica pueda ser desarrollada a partir de la integración de varias compañías, lo cual genera nuevos tipos de trabajos, relaciones laborales y establecimiento de salarios (Christopherson y Storper, 1989).

los sindicatos. 4) En términos generales, se percibe cierta desarticulación en la estructura de producción, que a su vez es dependiente en gran medida del presupuesto público que aporta el Instituto Mexicano de Cinematografía, como complemento de la participación privada. 5) Las productoras cinematográficas en México establecen pocas relaciones con el exterior, situación contraria a la distribución y exhibición donde las majors estadounidenses controlan el mercado a través de subsidiarias. 6) Existe una desvinculación de las productoras cinematográficas en México con respecto a las empresas de televisión. 7) Las estrategias económicas han facilitado la concentración de capital transnacional y el establecimiento de oligopolios que han afectado a los productores nacionales, obstaculizando su integración con el sector financiero y comercial. 8) La descapitalización de las productoras cinematográficas tiene efectos en la desarticulación de la organización industrial (empresas) y laboral (entre trabajadores, empresas y organizaciones).

Películas Producidas en México por Entidad Federativa durante 2012

Aguascalientes	1	Morelos	2
Baja California	7	Nayarit	1
Baja California Sur	1	Nuevo León	3
Campeche	1	Oaxaca	6
Chiapas	2	Puebla	6
Chihuahua	3	Querétaro	2
Coahuila	1	Quintana Roo	3
Colima	0	San Luis Potosí	1
Distrito Federal / Ciudad de México	46	Sinaloa	2
Durango	2	Sonora	5
Estado de México	4	Tabasco	0
Guanajuato	4	Tamaulipas	0
Guerrero	4	Tlaxcala	1

Hidalgo	1	Veracruz	3
Jalisco	6	Yucatán	0
Michoacán	1	Zacatecas	2

Fuente: Instituto Mexicano de Cinematografía (2013: 23).

Condiciones estructurales de la producción cinematográfica en la Ciudad de México

Los cambios en las políticas y en las prácticas cinematográficas, en cierta forma, están interrelacionados con las transformaciones tecnológicas que a su vez interactúan y alteran el panorama económico, como se está desarrollando con la introducción del formato digital en la producción cinematográfica, por lo que es posible señalar que hay cambios, pero también continuidades (Wasko, 2005: 3). En el caso de la producción cinematográfica en la Ciudad de México, es posible señalar que se caracteriza a partir de un primer acercamiento, en tener dificultades para competir, y con serias debilidades y limitaciones en lo referente a las fuerzas de mercado, las relaciones de compra-venta y en las regulaciones para la producción.

a) Competencia

En primera instancia, es preciso señalar que un mercado competitivo es aquel que se caracteriza por una "competencia activa entre productores rivales", que permite un equilibrio en los beneficios obtenidos por los participantes en el mercado, maximizando las utilidades tanto de consumidores como de productores (Pratten y Deakin, 2000: 219). En el caso de la producción cinematográfica mexicana, es posible señalar que no se desarrolla en un mercado competitivo, en cierta forma, porque las diferencias con respecto al presupuesto y a la publicidad de un película producida y distribuida por alguna de las majors de Hollywood es enorme.

Costo Promedio de Producción en México 2000–2012 (millones de pesos)⁶

2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
12.7	14.2	14.0	13.7	15.5	16.3	16.1	18.0	18.4	18.7	22.9	22.4	22.0

Fuente: Instituto Mexicano de Cinematografía (2013: 24).

6 En 2012, la película con mayores ingresos en el mercado de exhibición en México, fue *Los Vengadores* (Joss Whedon, Estados Unidos, 2012), que tuvo ingresos en México por 827 millones de pesos y la cual tuvo un presupuesto de producción aproximado a los 220 millones de dólares.

b) Fuerzas de mercado

Las problemáticas referentes a la selección de los esquemas de producción utilizados en los proyectos cinematográficos, pueden estar relacionadas con una mala lectura de las fuerzas de mercado, sobre todo, si pensamos que algunos productores mexicanos establecen y practican una postura cercana a la "Teoría de la Empresa", en donde a través de sus compañías asumen riesgos en sus inversiones en el mercado cinematográfico porque consideran que se crean y desarrollan relaciones eficaces para el proceso de producción.

Sin embargo, si bien es cierto que los modelos o los esquemas de producción de la cinematografía mexicana pueden no ser rentables como inversión por ser ineficientes, también es necesario establecer las implicaciones en este fenómeno de las políticas culturales desarrolladas por los gobiernos mexicanos durante los últimos años, lo que en cierta forma, puede incidir en las posibilidades de las películas mexicanas en un mercado polarizado.

Comparativo de estrenos y asistencia en México durante 2012

Películas	Ingresos	Asistentes	Películas estrenadas	Películas exhibidas
México	470 864 millones de pesos	10 923	67	102
Estados Unidos	9 507 706 millones de pesos	202 278	143	266

Fuente: Instituto Mexicano de Cinematografía (2013: 24).

c) Relaciones de Compra y Venta

Las relaciones de compra y venta en el mercado audiovisual de la Ciudad de México, en cierta forma, pueden estar definidas a partir de dos niveles relacionados con las estructuras de poder. En primer lugar, éstas relaciones van a estar definidas por el contexto estructural, en donde el sistema de mercado asigna los recursos y limita la acción de individuos o grupos que no tienen acceso a otras posibilidades de elección. Por otra parte, la segunda forma está relacionada con la propiedad o control de los recursos, basado en una propiedad corporativa que se desarrolla a partir de regulaciones establecidas y del poder de un mercado inequitativo, por lo que en determinado momento, estas contradicciones entre la agencia y la estructura, continúan no sólo siendo el problema central de la cinematografía mexicana, sino de la teoría social en general (Garnham, 2000: 39).

En el caso de la exhibición cinematográfica, no sólo en la ciudad de México, sino en la mayor parte del mundo, la estructura del mercado está diseñada para que los

blockbusters de Hollywood optimicen los ingresos de los exhibidores, por lo que los altos costos de esas producciones están correlacionados con los beneficios, lo que permite el desarrollo de una economía a escala apropiada para el éxito de las majors (Canterbery y Marvasti, 2001: 97), que limita de alguna forma, las oportunidades de las películas mexicanas en las salas nacionales, y sobre todo, las pone en desventaja con respecto a los porcentajes de taquilla que recibe el productor por parte de los exhibidores.

Por otra parte, también es preciso señalar el caso de la relación compra-venta de las películas mexicanas por parte de las dos compañías de televisión más importantes en México, Televisa y Televisión Azteca, que en primera instancia pueden ejemplificar que no existe una integración como industria audiovisual en México.

Comparativo de estrenos y asistencia en México durante 2012

Transmisiones de Películas Mexicanas	22%
Transmisión de Películas Extranjeras	78%

Fuente: Instituto Mexicano de Cinematografía (2013: 95).

En este sentido, hay que mencionar que una de los puntos de tensión de las industrias culturales es la existencia de grandes empresas de medios de comunicación que inciden en las políticas culturales locales, y en el desarrollo de las pequeñas empresas nacionales, por lo que los monopolios televisivos en México tienen posibilidades de imponer su poder económico y político a través de definir el financiamiento, la distribución y comercialización de los productos culturales, específicamente de las películas mexicanas.

d) Regulaciones para la producción.

En la primera década del siglo XXI se ha desarrollado un incremento en el número de producciones cinematográficas mexicanas, desde 2006 el promedio ha sido de 70 películas por año, en parte debido a las aportaciones de los fondos administrados por el Instituto Mexicano de Cinematografía, el Fondo para la Producción Cinematográfica de Calidad (Foprocine)⁷ y el Fondo de Inversión y Estímulos al Cine (Fidecine)⁸, apoyos a los

7 El Fondo para la Producción Cinematográfica de Calidad (Foprocine) se constituyó el 2 de diciembre de 1997, con el propósito fundamental de estimular el cine mexicano de calidad, como un nuevo modelo de financiamiento que permitiera la participación de los sectores público y privado. En un principio el Foprocine tenía la intención de reinvertir los ingresos obtenidos por las películas apoyadas, sin embargo, actualmente funciona a través de la vía de capital de riesgo, puesto que financia en su mayoría óperas primas.

8 El 29 de marzo de 2001 se publicó en el Diario Oficial de la Federación el Reglamento de la Ley Federal de Cinematografía, el cual explica en su séptimo capítulo el funcionamiento del Fondo de Inversión y Estímulos al Cine (Fidecine). En términos generales, el objetivo del fondo es fomentar y promover de manera permanente la creación cinematográfica a través de un sistema de apoyos financieros, de garantía e inversiones. Es importante mencionar que el Fondo es administrado por un comité técnico compuesto por productores, distribuidores, exhibidores, IMCINE, la Academia de Ciencias

que se ha sumado el Eficine, Estímulo Fiscal al Cine⁹, que un principio representaba una alternativa de inversión compartida entre el gobierno y la iniciativa privada.

Películas Producidas 2006–2012

2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
64	70	70	66	69	73	112

Fuente: Instituto Mexicano de Cinematografía (2013: 15).

En este caso, como se ha señalado, ha sido notorio que la inversión en producción cinematográfica hecha a partir de los recursos públicos se ha incrementado, lo que implica de alguna manera, el establecimiento de nuevas relaciones. El financiamiento de la producción cinematográfica en México a partir del uso del presupuesto público, a través de los fondos casi en su totalidad, en cierta forma desarrolla una serie de conductas, actitudes y comportamientos de los productores e inversionistas ante la aparente eliminación del riesgo que implica la realización de un proyecto cinematográfico, lo que al final del camino puede crear otras problemáticas.

Por lo tanto, de cierta forma aparentemente no existe un adecuado equilibrio entre la inversión pública y privada, ante la imposibilidad de establecer una “política competitiva” que incluya leyes antimonopolio y controles administrativos sobre las condiciones del mercado cinematográfico (Pratten y Deakin, 2000), para que en una situación ideal, los productores mexicanos puedan desarrollar sus actividades a partir de una serie de condiciones y ventajas en el mismo mercado¹⁰.

Sobre este punto, se pueden crear una serie de conflictos y complejidades a partir de las diferentes visiones acerca de la utilidad y beneficios de los fondos para la producción cinematográfica del Instituto Mexicano de Cinematografía. En este contexto, donde la producción cinematográfica en México es subsidiada casi en su totalidad por los fondos

y Artes Cinematográficas, la Secretaría de Hacienda y Sindicatos (Vargas, 2001). A diferencia del Foprocine, el Fidecine apoya a proyectos comercialmente viables al proporcionar actualmente un máximo de 10 millones pesos o el 49% del costo total de un proyecto cinematográfico.

9 El Eficine (Estímulo Fiscal al Cine) que es una reforma al artículo 226 de la Ley del Impuesto sobre la Renta (ISR), publicada en el Diario Oficial de la Federación el 27 de diciembre de 2006, es una medida para incentivar la producción de películas mexicanas. La máxima cantidad anual que se puede invertir por parte de los contribuyentes del ISR para obtener beneficios fiscales es de 500 millones de pesos. En términos técnicos, la cifra máxima por contribuyente y por proyecto es de 20 millones de pesos, además de que cada aportación tiene un tope de 10 por ciento del ISR a cargo del contribuyente en el ejercicio inmediato anterior o contra el impuesto al activo.

10 “La contribución del gobierno recae en proporcionar una combinación de información, inversión pública y una estructura de incentivos adecuada: El gobierno tiene un papel clave al actuar como catalizador, inversionista y regulador para fortalecer el espacio de la oferta en la economía” (Pratten & Deakin, 2000: 221).

de producción del *Imcine*, la dinámica y estructura del mercado mexicano, en cierta forma, puede impedir que las productoras cinematográficas sean competitivas a partir de sus normas y políticas de trabajo.

e) Normas

La etapa de desarrollo de un proyecto cinematográfico es una de las más importantes, pero en ocasiones es una de las más descuidadas en el proceso de producción (Kerrigan, 2010: 47). En ciertos momentos en México, este fenómeno es resultado de una estructura fragmentada, donde algunas productoras no obtienen ingresos durante ésta fase de formación del proyecto, situación que en cierta forma puede limitar sus posibilidades al no implementar un modelo de negocios que incluya una estrategia de preventa de la película, situación que es fundamental en el desarrollo de una producción.

Al mismo tiempo, en primera instancia, es notorio que algunas productoras mexicanas no utilizan ciertos principios de producción que incluyen una serie de tratamientos rigurosos sobre el guión, entendido como elemento básico de una película que será comercializada. En determinado momento, se practica un modelo de producción que no incluye una visión sobre la rentabilidad de realizar inversiones durante la etapa de la escritura del argumento, siendo un factor indispensable que puede permitir la obtención de beneficios al momento de consolidar el proyecto en el mercado.

f) Políticas de trabajo

Las políticas de las productoras cinematográficas en México, en determinado momento, pueden considerarse como puntos de partida de la producción cultural, y al mismo tiempo sus lineamientos expresan, forman y representan parte de una herencia cultural. En este caso, las tradiciones interactúan y tienen cierto peso e influencia en los modelos de negocios y estrategias de mercado, que incluyen asuntos relacionados con la selección de proyectos, tipos de contratos con el personal, formas y espacios de trabajo, que a final de cuentas, inciden en la creación artística. Por lo tanto, también las políticas de la productoras cinematográficas, en ciertos casos, pueden ser reflejo de conflictos relacionados con la "ideología dominante, el rol del artista como guardián crítico, las luchas por el poder, así como posturas sobre lo que debería o no debería ser arte" (Hadida, 2009: 325).

En cierta forma, en las políticas de una productora cinematográfica se pueden desarrollar puntos de tensión e inflexión al existir interacciones entre dos mundos aparentemente opuestos, y en donde existen fricciones recurrentes, el del arte y el de los negocios. En el caso de la producción cinematográfica, ambas dimensiones son fundamentales porque simultáneamente pueden tener un impacto en la creación artística en varios niveles¹¹.

¹¹ En primera instancia, a partir de las políticas de una productora cinematográfica se pueden definir una serie de situaciones esenciales como señala Hadida (2009: 326): 1) La participación de la película en los mercados de distribución. 2) Las decisiones institucionales sobre la obra. 3) Los puntos de referencia sobre la excelencia artística. 4) Las bases para la obtención de financiamiento público.

g) Recursos

La organización del trabajo en la producción cinematográfica es una estructura en cambio permanente, sin embargo, es posible señalar algunos conceptos que la pueden definir durante una etapa de convergencia digital. En este caso, se identifican los principios de incertidumbre y fragmentación del "trabajo por proyecto" que caracterizan al trabajo filmico (DeFillippi y Arthur, 1998). En cierta forma, estos elementos de análisis permiten identificar el fenómeno de la flexibilidad laboral que se desarrolla en un incierto entorno digital, caracterizado por el "trabajo a corto plazo", donde la situación del trabajador "*freelance*" puede desarrollar conflictos entre los niveles de agencia y poder en la producción cinematográfica (Blair, 2003)¹².

Por otra parte, ante el empleo del modelo de "trabajo por proyecto" utilizado por algunas productoras de la Ciudad de México, los cuales pueden incluir financiamiento, equipo técnico y mano de obra, únicamente se coordinan para una filmación en particular, disolviéndose al término de la misma. En determinado momento, los miembros de un grupo de trabajo creativo laboran de manera temporal en varias empresas, por lo que se desarrolla un mercado laboral fragmentado donde predominan los "*freelance*".

Problemáticas específicas de las productoras cinematográfica en la Ciudad de México. Posición en el mercado y poder corporativo.

En primera instancia, a partir de lo descrito con respecto a las condiciones estructurales y organización de la producción cinematográfica en la Ciudad de México, es posible señalar que se desarrolla un fenómeno de producción flexible a partir del modelo de "trabajo por proyecto", con una notoria desarticulación en la estructura de producción y una gran dependencia del presupuesto público, así como una deficiente comercialización con las empresas de televisión mexicanas (Televisa y Televisión Azteca), así como ciertas fallas administrativas y de logística en la distribución de las películas en el extranjero. Finalmente, ante este entorno se consolidan aún más los oligopolios en los sectores de la distribución y exhibición cinematográfica en México en el contexto de la convergencia digital.

Asimismo, el productor cinematográfico mexicano puede tener una labor que incluye ciertos niveles de responsabilidad social y ética, por lo que al mismo tiempo, quizá realiza su trabajo entre dos mundos aparentemente opuestos, el del arte y el de los negocios. Por lo tanto, la producción cultural también se puede definir por normas y políticas establecidas por las propias productoras que inciden en la creación artística. Al mismo tiempo, en el caso del uso de formatos digitales, es importante señalar que alteran las condiciones

¹² "Los patrones de comportamiento y las instituciones forman estructuras, que en un nivel colectivo y acumulativo, influyen en acciones individuales y experiencias de grupo en relación con normas de conducta. Esas estructuras sólo persisten si son reproducidas por agentes activos (o transformadas). Existe un requisito, por lo tanto, de comprender las percepciones del contexto social y las acciones que refuerzan o cambian esos patrones" (Blair, 2003: 680).

de producción en dos niveles, el artístico y el económico, por lo que se desarrollan nuevos procesos y relaciones de producción a partir de los costos, las formas de financiamiento y la movilidad de los equipos de grabación.

La producción cinematográfica se caracteriza por tener un alto riesgo económico, por lo que regularmente se utilizan estrategias para compartirlo y esparcirlo a partir de integraciones verticales, como en el caso de Hollywood, lo que permite tener mayores posibilidades de éxito en los mercados de distribución y exhibición, que se expanden en el proceso de convergencia digital.

En cierta forma, ésta es una de las claves esenciales de su éxito, por lo que en el caso mexicano, al existir una fragmentación entre el proceso de producción y distribución, se incrementan los riesgos financieros. En este caso, a pesar de que históricamente en varios países las preocupaciones de una política cinematográfica han estado relacionadas con el dominio de Hollywood en los mercados nacionales, particularmente con respecto a las desventajas e injusticias del sistema de distribución, como solución se ha optado por subsidiar la producción cinematográfica (Dickinson y Harvey, 2005: 420).

Ahora bien, ante esta aparente segmentación entre la producción y distribución en el caso mexicano, como se ha señalado, el Instituto Mexicano de Cinematografía presentó un documento denominado "Diagnóstico y propuestas" (Imcine, 2012), donde señala que los clusters de producción especializados para el desarrollo tecnológico, científico y económico pueden ser una posible solución a las desventajas competitivas de la cinematografía mexicana.

De acuerdo con esto, algunas visiones neoliberales sobre la producción cultural han interpretado que los empresarios de las industrias culturales deben desarrollar nuevos modelos de negocios desde el punto de vista local para tener posibilidades en un mercado global, de ahí el desarrollo de conceptos como "ciudades creativas" y "clusters culturales", sobre todo, como parte de políticas de regeneración urbana desarrolladas en algunas ciudades de Europa. La implementación de estas políticas públicas tienen aparentemente un trasfondo de promoción de la diversidad cultural y de la democracia, con la intención de estimular a las empresas de arte y cultura a partir de la "innovación" y la "creatividad" (Hesmondhalgh, 2008).

Sin embargo, estos conceptos pueden omitir una serie de problemáticas referentes al mercado laboral de la producción cultural, donde predominan los trabajadores *freelance*, los empleos irregulares, los contratos por periodos cortos, una mínima o nula protección laboral, posibilidades laborales inciertas, ingresos inequitativos, por lo que en términos generales se desarrolla una nueva división del trabajo, que en cierta forma puede ser contradictoria al discurso de las políticas de las industrias creativas (Towse en Hesmondhalgh, 2008: 563). A partir de este contexto general, en el caso de la producción cinematográfica en la ciudad de México, se pueden identificar algunas problemáticas específicas relacionadas con la posiciones de poder en el mercado de algunas productoras.

a) Posiciones en el Mercado

En un primer momento, la industria de los medios de comunicación comercializa a sus audiencias como una mercancía para que sea adquirida por las compañías publicitarias

con la intención de incrementar sus ingresos (Smythe, 1977). En este círculo económico, participan algunos actores que desarrollan sus actividades en este libre mercado, como es el caso de las productoras de cine de la ciudad de México, donde interactúan con un intenso control estructural por parte de los distribuidores y exhibidores cinematográficos, las empresas televisivas, y las agencias publicitarias.

En términos generales, estas empresas tienen posibilidades de definir los recursos de información e imponer una serie de presiones económicas para la elección y programación de algunas películas en determinadas salas de cine, canales de televisión y espacios publicitarios, por lo que el mercado también de alguna manera, se puede convertir en censor de los contenidos de los medios de comunicación (Kaitatzi-Whitlock, 2011).

Ante esto, las posibilidades de las películas de algunas productoras cinematográficas emergentes en la Ciudad de México, pueden no operar en la misma línea de negocios para tener posibilidades efectivas de distribución en un mercado en el que no cuentan con demasiadas ventajas competitivas, por lo que al asociarse con una compañía de distribución, también implica exponerse a sus prácticas y expresiones culturales. En este caso, los distribuidores imponen acciones y mecanismos de control que en ocasiones no benefician a la productora cinematográfica independiente en un mercado hostil (Gander y Rieple, 2002).

Por ejemplo, *Norteadó* (Rigoberto Perezcano, 2009), que fue una coproducción entre la productoras de la Ciudad de México Film Tank y Tiburón Films, así como la compañía alemana NiKo Films, narra la persistencia de un hombre que tiene la intención de cruzar la frontera de México de manera ilegal, para llegar a Estados Unidos. En este caso, a pesar de haber sido apoyada económicamente a través del Eficine, y ser una obra reconocida y premiada en festivales internacionales, aparentemente no tuvo muchas opciones para una distribución masiva en las salas de cine, por lo que en determinado momento el mercado dominado por ciertos corporativos, puede condicionar y alterar las formas de producción y consumo cinematográfico (Kong, 2007: 236).

Este fenómeno puede ser ejemplificado con el caso de la película *Paradas continuas* (Gustavo Loza, 2009), producida por Altavista Films y que fue realizada por encargo del Grupo Televisa, la cual aborda el tema de las "pulsiones sexuales de la adolescencia". En este caso, tuvo un estreno con 280 copias en las salas de cine a través de la distribución de Videocine, empresa subsidiaria de Televisa¹³.

De acuerdo con este ejemplo, es posible que en México se este desarrollando un proceso donde al incrementarse el peso corporativo en la producción cinematográfica, al mismo tiempo, se establecen ciertas reglas sobre los contenidos que "ameritan" ser distribuidos a gran escala, lo que puede provocar que se intensifiquen las diferencias entre el cine industrial y el cine independiente (Podalsky, 2008:149). Asimismo, esta situación puede repercutir en las prácticas y discursos, donde la aplicación de ciertas narrativas y

13 ALBARRÁN TORRES, César (2009). "Paradas continuas: hormona adolescente. Entrevista con el director mexicano Gustavo Loza". *Premier.com.mx*, 15 de octubre. Dirección: <http://www.cinepremiere.com.mx/paradas-continuas-hormona-adolescente.html> (Última consulta: 2 de enero de 2014).

estéticas cinematográficas, implican el riesgo de constreñir las formas de ver el mundo (Alvaray, 2008: 49).

b) Poder Corporativo

Por lo tanto, a la par del incremento en la cantidad de películas producidas en el país, se está desarrollando un fenómeno donde se percibe una extensión del poder corporativo de los monopolios de medios de comunicación que tienen cierta participación en algunas compañías cinematográficas, lo que está ampliando las diferencias entre las propias productoras de cine de la Ciudad de México. En este caso, aparentemente se están desarrollando ciertos procesos que pueden influir en la decisión sobre quién participa en la producción cultural, y sobre todo, en la definición de las características de los contenidos que se desarrollan.

Sobre este punto específico, algunos de los mayores beneficiarios de los apoyos proporcionados por el Instituto Mexicano de Cinematografía son grandes corporativos de medios de comunicación, lo cual de alguna forma tiene ciertos peligros, como la posible discriminación a otras compañías más pequeñas, creando así incertidumbre e incrementando el poder de algunos corporativos (Ross Schneider, 2009: 180). En este caso, al existir unos grupos empresariales en particular, que tienen posibilidades de producir y desarrollar estrategias de marketing y comercialización para ciertas películas, pueden reducirse los riesgos y la volatilidad implícita en los proyectos cinematográficos, sin embargo esto puede ampliar las diferencias en el área de producción cinematográfica en la Ciudad de México, y al mismo tiempo, las oportunidades de ingreso en el mercado de distribución.

Principales beneficiarios y número de apoyos
obtenidos por el Eficine entre 2006–2012

Grupo Televisa	19
Seguros Inbursa	13
Cinépolis del País	11
Pensiones Inbursa	11
Fianzas Guardiana Inbursa	10
McCormick de México	10
Qualitas Compañía de Seguros	9
Casa Cuervo	7
Cinemas de la República	7
Coppel	7

Fuente: Análisis y Diagnóstico del Eficine (Imcine, 2012: 20).

En el caso específico del Estímulo Fiscal al Cine (Eficine), se desarrollan algunos inconvenientes e incompatibilidades para algunos productores cinematográficos en la Ciudad de México. Por ejemplo, al solicitar el apoyo de algunos empresarios para contar con el estímulo, se imponen una serie de restricciones, en cierta forma referentes a la libertad creativa y de expresión. En este sentido, estos fondos de producción adolecen de serias limitaciones, no necesariamente económicas, sino tal vez referentes a una responsabilidad ética y de respeto hacia el artista.

En este entorno, en determinado momento se impone el poder corporativo sobre la producción cultural, a través de la representación y creación de un lenguaje, de una forma específica de hablar, que afecta el potencial de la agencia en la producción audiovisual a partir del establecimiento de un discurso único y dominante en términos políticos y económicos. Por lo tanto, estas formaciones discursivas forman parte de la estructura de las prácticas de los medios de comunicación, y en este caso particular, inciden en las actividades de las personas que participan en la producción cinematográfica (Born, 2000).

La Ciudad Creativa y el Cluster ¿Alternativas para una Política Cultural?

En primera instancia, el concepto de Cluster puede ser definido como una concentración geográfica de compañías interconectadas, que incluye proveedores especializados, prestadores de servicios en áreas particulares de negocio de forma nacional, regional, estatal y metropolitana, con una clara intención competitiva en los mercados globales que intenta explotar su ubicación geográfica como estrategia de negocio. En cierto sentido, el Cluster puede ser entendido como una unidad competitiva que incentiva nuevas posibilidades para los gobiernos a nivel federal y local, en términos de inversión extranjera al promover el intercambio de recursos económicos y tecnológicos, para competir a partir de una mayor productividad al estimular nuevas posibilidades de negocios (Porter, 2000: 21): a) Incremento de la productividad de compañías o de una industria. b) Incremento en las capacidades de los participantes en términos del crecimiento de la innovación y la productividad. c) Estímulo a la formación de negocios e innovaciones para la expansión del Cluster.

En cierta forma, la propuesta de Cluster está relacionada con la búsqueda de compartir las presiones del mercado, a través de que los participantes desarrollen su talento elaborando propuestas innovadoras de productos y servicios en un espacio geográfico definido, donde las empresas locales tienen pocas barreras para realizar negocios. En general, se propone que estas facilidades puedan ser otorgadas por los gobiernos locales con la finalidad incrementar la productividad al crear nuevos mecanismos de colaboración entre las empresas y las políticas públicas (Porter, 2000).

En términos generales, se postula que la aglomeración de empresas en cluster beneficia la productividad y se convierte en una herramienta para el desarrollo de una mejor

colaboración entre compañías, disminución de costos, así como se facilita un incremento en la competitividad del mercado (Kukalis, 2010). Sin embargo, ante la extensión corporativa descrita, se agravan las diferencias entre las propias productoras de la Ciudad de México, donde algunos corporativos, especialmente de medios de comunicación, no únicamente obtienen las ayudas y beneficios fiscales proporcionados por el Imcine, sino que al mismo tiempo cuentan con las posibilidades de promocionar y establecer una amplia distribución de sus películas en todas las ventanas a diferencia de productoras independientes que no tienen estas ventajas.

Por lo tanto, la idea de Cluster desarrollada por Porter (2000), como un grupo de empresas interrelacionadas a partir de desarrollar las mismas actividades, donde existe una cercanía geográfica que permite una interacción intensa, al crear "distritos industriales" y donde la búsqueda de competitividad es su fortaleza, en una economía global donde el modelo de negocios parte de la innovación y la productividad, puede tener ciertas debilidades al omitir ciertos procesos económicos relacionados con las posiciones de poder y hegemonía impuestas por grupos empresariales en el mercado cinematográfico de la Ciudad de México. Asimismo, se encuentran otras variables relacionadas con los cambios tecnológicos, la inflación en los costos de la mano de obra, la sobreespecialización, los candados institucionales e industriales, así como las presiones económicas locales (Martin y Sunley, 2003: 27).

A partir de centros urbanos definidos por dinámicas laborales y de producción económica, que permiten la conformación de una serie de redes sociales, políticas y culturales, con posibilidades de ser ubicadas geográficamente, se desarrollan formas específicas de creatividad y cambio social (Hall en Scott, 2006: 2). En este sentido, las políticas orientadas por el discurso "creativo" intentan promover el desarrollo y crecimiento de las ciudades a partir de sus ventajas competitivas y posibilidades creativas, con el objetivo de atraer inversiones, y al mismo tiempo turismo, con la intención de incrementar su importancia en el mercado global. En términos generales, el objetivo de la política de la ciudad creativa es crear redes de producción estables, así como disminuir los riesgos e ineficiencias del trabajo cultural (Scott, 2006).

Sin embargo, la reducción de la complejidad de la producción cultural a los términos de la innovación y la creatividad, puede provocar que el capital corporativo sea el que a final de cuentas defina la intervención pública en el financiamiento de las actividades culturales, y sea el beneficiario único de la propiedad intelectual de las obras artísticas. En este caso, una visión parcial y única de la ciudad creativa puede poner en riesgo la importancia de la cultura al no privilegiarla por encima de otros intereses, que pueden ser de corte principalmente económico. Al mismo tiempo, es necesario señalar que probablemente una política de ciudad creativa no es aplicable para todos los casos, pues cada uno de ellos tienen particularidades, por lo que es necesario la elaboración de un proyecto para cada ciudad (Zallo, 2011b).

En este caso, las dimensiones territoriales donde se desarrollan las sociedades capitalistas no tienen rasgos lineales, porque a pesar de las similitudes en términos empresariales y de espacios geográficos, las ciudades tienen diferentes trayectorias en la producción cultural,

por lo que no existe una linealidad en la manufactura y consumo de expresiones culturales (Brito Henriques y Thiel, 2000: 265).

Observaciones finales a discusión

En un principio, hay algunos estudios que señalan de manera preliminar, que es posible pensar que el establecimiento de un cluster creativo, donde existe una "aglomeración" de servicios para la producción cinematográfica, puede tener ciertos beneficios en términos de acceso e intercambio de nuevos desarrollos tecnológicos a partir de la proximidad espacial de las diferentes compañías que lo conforman (Porter, 2000). Al mismo tiempo, se plantea que puede beneficiar a la productividad laboral, disminuir los costos de producción e incrementar la competencia en los mercados locales al tener un potencial de crecimiento sin la necesidad de políticas públicas con tintes proteccionistas.

Por otra parte, a partir de la madurez y el declive de los ciclos industriales de desarrollo, las empresas que conforman el cluster pueden adolecer de una congestión y dispersión en sus actividades al existir una progresiva saturación, donde varias compañías compiten por los recursos en el mismo mercado. Sin embargo, es preciso señalar que a final de cuentas, aparentemente lo importante consiste en el valor de la ubicación geográfica y la construcción de una estructura en red, por encima del valor económico de los negocios que se puedan desarrollar (Kukalis, 2010).

Al mismo tiempo, el paradigma del cluster sobre el desarrollo de las producciones locales, en ocasiones puede omitir la importancia de otro tipo de estrategias como las co-producciones entre varios países que se han incrementado sobre todo en Europa, lo que es un indicativo que la producción cinematográfica no necesariamente tiene lugar en un cluster y en un contexto nacional, sino también existen acciones a partir de esfuerzos entre productores de varios países. En determinado momento, las co-producciones también son parte de la amplia dinámica narrativa y financiera que predomina en la organización industrial de la producción cinematográfica en la actualidad (Morawetz et. al., 2007: 422).

Si bien es cierto, que uno de los objetivos fundamentales de la propuesta de cluster y ciudad creativa, es la promoción y obtención de recursos a partir de la inversión extranjera, esto no siempre puede tener resultados positivos, sobre todo, porque éstas inversiones pueden depender de decisiones de corporativos transnacionales y situaciones institucionales o características específicas de ciertas compañías. De hecho, a pesar de que un cluster pueda contar con todos los servicios de producción necesarios para levantar un proyecto a partir de inversión extranjera, sobre todo proveniente de Hollywood, en ocasiones esas mismas facilidades no funcionan en su totalidad para el desarrollo de producciones nacionales, por lo que existen diferencias y contradicciones notables entre las interacciones globales y locales (Vang y Chaminade, 2007: 403).

En este caso, los supuestos sobre las ventajas competitivas del cluster para brindar todo tipo de servicios a la producción cinematográfica, al contar con una renovación constante en tecnología para mantener un alto nivel de innovación, aparentemente no es suficiente para establecer una sólida producción local al existir divergencias entre las condiciones del capital humano¹⁴ y el capital social¹⁵ necesario para el desarrollo de una producción cinematográfica (Vang y Chaminade, 2006).

Asimismo, se podría pensar que al incrementarse el número de producciones cinematográficas anualmente desde 2006 en México, también las oportunidades de empleo se han intensificado. Sin embargo, en un mercado laboral donde predomina la flexibilidad e inestabilidad del "trabajo por proyecto", y en donde los cambios tecnológicos no necesariamente implican mayores oportunidades de trabajo, se desarrolla un proceso de precarización (Bain & McLean, 2013: 97)¹⁶.

Este fenómeno, en cierta forma, puede estar relacionado con las estrategias de control de las ventanas de distribución por parte de las *majors* estadounidenses, que benefician a ciertas películas, y al mismo tiempo, con la extensión corporativa de algunos medios de comunicación que definen las condiciones estructurales de la producción cinematográfica en la ciudad de México, las cuales tienden a limitar las posibilidades de otras productoras locales. Al final del camino, esto puede tener repercusiones al reducir la viabilidad en la planeación de proyectos a futuro, y por ende en las opciones de trabajo, sobre todo, en un contexto donde existe una estructura monopólica, que puede derivar en un sistema de producción cinematográfico local fragmentado y desarticulado, con pocas posibilidades de competitividad interna (Christopherson, 2013).

Por otra parte, el aumento en los empleos en la producción cinematográfica, más bien pueden depender de la movilidad de los trabajadores, por lo que la precarización en ésta actividad, en apariencia no es resultado solamente de un entorno laboral donde el riesgo, la flexibilidad y la movilidad imperan, porque de hecho ésta es su naturaleza (Lee, 2012: 489)¹⁷, sino más bien puede ser una consecuencia de las condiciones inequitativas del mercado cinematográfico en términos locales y globales.

De acuerdo con esto, el trabajo por proyecto que define a la producción cinematográfica en la Ciudad de México, puede condicionar seriamente las posibilidades de un cluster, a partir de que la naturaleza y dinámicas de la creación filmica motiva una serie de necesidades después de la finalización de un proyecto y el inicio inmediato, en algunos casos, de una nueva producción que tiene diferentes características, lo que al mismo

14 "El capital humano se refiere a las habilidades, la educación, la salud y la capacitación de los individuos" (Becker, 1998: 1).

15 "El capital social se refiere a las instituciones, relaciones y normas que conforman la calidad y cantidad de las interacciones sociales de una sociedad. El capital social no es sólo la suma de las instituciones que sustentan a una sociedad-es el pegamento que los mantiene unidos" (World Bank, 1998: 8).

16 "Precariedad (en relación con el trabajo) se refiere a todas las formas de inseguridad, eventualidad, trabajo flexible -desde ilegal, casual, y empleo temporal, trabajo a domicilio, trabajo a destajo, trabajo independiente" (Gill & Pratt, 2008: 3).

17 "En el nuevo capitalismo, la clave del éxito es la habilidad de dejar de lado su pasado, de ir constantemente con el flujo de cambio incesante, y aceptar la no permanencia" (Lee, 2012: 490).

tiempo implica contar con diferentes equipos especializados de trabajo, así como con una diversidad de locaciones requeridas para cada película. A grandes rasgos, del grado de especialización de la mano de obra existente, pueden depender las oportunidades de desarrollo del cluster o la ciudad creativa (Vang y Chaminade, 2007).

Ante este panorama, en México ahora más que nunca es necesaria una política cultural basada en apoyos institucionales que no sólo recuperen la memoria estética de la producción nacional, sino también rompan las diferencias entre el arte y la vida cotidiana (Miller, 2012: 22). En el caso de una política cinematográfica no basta con adoptar como guía el paradigma del cluster o la ciudad creativa para el desarrollo de las actividades filmicas en México, sobre todo porque cómo se ha descrito, al anteponer intereses comerciales, se puede omitir una serie de situaciones relacionadas con las condiciones laborales y la estructura del mercado de distribución.

Por tal motivo, para la discusión sobre las estrategias a desarrollar para el establecimiento de una política cinematográfica en la Ciudad de México, que en determinado momento pueda ser adoptada por otras regiones del país, es necesario tomar en cuenta la estructura corporativa de la producción cinematográfica, y analizar las condiciones laborales de los trabajadores de la producción filmica en un contexto digital, y al mismo tiempo, elaborar un plan de distribución para las películas mexicanas, posiblemente tratando de aprovechar las nuevas redes de distribución en Internet, aunque en el fondo, estas ventanas pueden seguir siendo administradas por intereses corporativos que beneficien a unas cuantas películas.

Referencias

- ALBARRÁN TORRES, César (2009). "Paradas continuas: hormona adolescente. Entrevista con el director mexicano Gustavo Loza". Premier.com.mx, 15 de octubre. Dirección: <http://www.cinepremiere.com.mx/paradas-continuas-hormona-adolescente.html> (Última consulta: 2 de enero de 2014).
- ALVARAY, Luisela (2008). "National, Regional, and Global: New waves of Latin American Cinema". Cinema Journal, número 3, University of Texas Press, pp. 48–65.
- BAIN, Alison y MCLEAN, Heather (2013). "The artistic precariat". Cambridge Journal of Regions, Economy and Society, número 6, Oxford University Press, pp. 93–111.
- BECKER, Gary (1998). "Human capital and poverty". Religion and Liberty, número 1. Dirección: <http://www.acton.org/pub/religion-liberty/volumen-8-number-1/human-capital-and-poverty> (Última consulta: 31 de mayo de 2013).
- BLAIR, Helen (2003). "Winning and Losing in Flexible Labour Markets: the Formation and Operation of Networks of Interdependence in the UK Film Industry". Sociology, número 4, pp. 677–694.

- BORN, Georgina (2000). "Inside television: television studies and the sociology of culture". *Screen*, número 4, Oxford University, pp. 404–424.
- BRITO HENRIQUES, Eduardo & THIEL, Joachim (2000). "The Cultural Economy of Cities: A Comparative Study of The Audiovisual Sector in Hamburg and Lisbon". *European Urban and Regional Studies*, número 3, pp. 253–268.
- CANTERBURY, Ray y MARVASTI, Akbar (2001). "The U.S. Motion Pictures Industry: An Empirical Approach", *Review of Industrial Organization*, número 19, pp. 81–98.
- CERRILLA, Mariana y HERRANZ, Rodrigo (2012). "El precio de la digitalización. El impacto del VPF en la cadena productiva de cine", *Cine Toma. Revista Mexicana de Cine*, número 22, pp. 50–55.
- CHRISTOPHERSON, Susan (2013). "Hollywood in decline? US film and television producers beyond the era of fiscal crisis". *Cambridge Journal of Regions, Economy and Society*, número 6, Oxford University Press, pp. 141–157.
- CHRISTOPHERSON, Susan y STORPER, Michael (1989). "The Effects of Flexible Specialization on Industrial Politics and the Labor Market: The Motion Picture Industry". *Industrial and Labor Relations Review*, número 3, Cornell University, pp. 331–347.
- CONES, John W. (1997). *The Feature Film Distribution Deal. A Critical Analysis of the Single Most Important Film Industry Agreement*, Estados Unidos: Southern Illinois University Press.
- DE FILLIPPI, Robert y ARTHUR, Michael (1998). "Paradox in Project-based Enterprise: The case of film making". *California Management Review*, número 40, University of California, pp. 125–139.
- DICKINSON, Margaret y HARVEY, Sylvia (2005). "Film Policy in the United Kingdom: New Labour at the moves". *The Political Quarterly*, número 3, pp. 420–429.
- GANDER Jonathan y RIEPLE, Alison (2002). "Inter-organisational Relationships in the Worldwide Popular Recorded Music Industry". *Creativity and Innovation Management*, número 4, pp. 248–254.
- GARNHAM, Nicholas (2000). *Emancipation, the media, and modernity. Arguments about the Media and Social Theory*, Nueva York: Oxford University Press.
- GILL, Rosalind y PRATT, Andy (2008). "In the Social Factory: Immaterial Labour, Precariousness and Cultural Work". *Theory, Culture & Society*, número 7–8, Sage, pp. 1–30.
- GÓMEZ, Rodrigo (2006). *El impacto del Tratado de Libre Comercio de América del Norte en la industria audiovisual mexicana (1994–2002)*. Tesis Doctoral. Bellaterra: Universidad Autónoma de Barcelona.
- HADIDA, Allègre (2009). "Motion picture performance: A review and research agenda". *International Journal of Management Reviews*, número 11, pp. 297–335.
- HESMONDHALGH, David (2008). "Culture and Creative Industries" en BENNETT, Tony y FROW, John (Eds.), *The SAGE Handbook of Cultural Analysis*, (pp. 552–569), Londres: Sage Publications.
- INSTITUTO MEXICANO DE CINEMATOGRAFÍA (2013). *Anuario Estadístico de Cine Mexicano*

2012. México: IMCINE.
- INSTITUTO MEXICANO DE CINEMATOGRAFÍA (2012). Diagnóstico y Propuestas. México: IMCINE.
- INSTITUTO MEXICANO DE CINEMATOGRAFÍA (2007). Informe de Labores 2007. México: IMCINE.
- KAITATZI-WHITLOCK, Sophia (2011). "The Political Economy of Political Ignorance" en WASKO, Janet, MURDOCK, Graham y SOUSA, Helena (Eds.) *The Handbook of Political Economy of Communications* (pp. 458–481), Malasia: Blackwell Publishing.
- KERRIGAN, Finola (2010). *Film Marketing*, Gran Bretaña: Elsevier.
- KONG, Shuyu (2007). "Genre Film, Media Corporations, and the Commercialisation of the Chinese Film Industry: The Case of New Year Comedies". *Asian Studies Review*, número 3, pp. 227–242.
- KUKALIS, Sal (2010). "Agglomeration Economies and Firm Performance: The Case of Industry Clusters". *Journal of Management*, número 2, pp. 453–481.
- LEE, David (2012). "The Ethics of Insecurity: Risk, Individualization and Value in British Independent Television Production". *Television & New Media*, número 6, Sage, pp. 480–497.
- MARTIN, Ron y SUNLEY, Peter (2003). "Deconstructing clusters: chaotic concept or policy panacea?". *Journal of Economic Geography*, número 3, pp. 5–35.
- MIÈGE, Bernard (2011). "Theorizing the Cultural Industries. Persistent Specificities and Reconsiderations" en WASKO, Janet, MURDOCK, Graham y SOUSA, Helena (Eds.), *The Handbook of Political Economy of Communications* (pp. 83–108), Malasia: Blackwell Publishing.
- MILLER, Toby (2012). "Política Cultural / Industrias Creativas". *Cuadernos de Literatura*, número 32, pp. 19–40.
- MORAWETZ, Norbert, HARDY, Jane, HASLAM, Colin y RANDLE, Keith (2007). "Finance, Policy and Industrial Dynamics-The Rise of Co-production in the Film Industry". *Industry and Innovation*, número 4, pp. 421–443.
- MUÑOZ, Argelia y GÓMEZ, Rodrigo (2011). "Análisis de la Producción Cinematográfica en la Ciudad de México 2006–2008". *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, número 34, Universidad de Colima, pp. 31–64.
- PICARD, Robert (2002). *The Economics and Financing of Media Companies*. Nueva York: Fordham University Press.
- PODALSKY, Laura (2008). "The Young, the Damned, and the restless". *Framework: The Journal of Cinema and Media*, número 1, Wayne State University Press, pp. 144–160.
- PORTER, Michael E. (2000). "Location, Competition and Economic Development: Local Clusters in a Global Economy", *Economic Development Quarterly*, número 1, pp. 15–34.
- PRATTEN, Stephen y DEAKIN, Simon (2000). "Competitiveness policy and economic organization: the case of the British film industry". *Screen*, número 2, Oxford University, pp. 217–237.

- ROSAS, Ana (2006) "Las batallas por la diversidad: Exhibición y Públicos de cine en México" en SÁNCHEZ RUIZ, Enrique, ROSAS, Ana y GARCÍA CANCLINI, Néstor (Coords.) Situación actual y perspectivas de la industria cinematográfica en México y el extranjero (pp. 263–291). México: Imcine-Universidad de Guadalajara.
- ROSAS, Ana (2003). "New Processes of Urban Segregation: The Reorganization of Film Exhibition in Mexico City". *Television & New Media*, número 4, Sage, pp. 9–23.
- ROSS SCHNEIDER, Ben (2009). "A comparative political economy of diversified business groups, or how states organize big business". *Review of International Political Economy*, número 2, Routledge, pp. 178–201.
- SCOTT, Allen (2006). "Creative Cities: Conceptual Issues and Policy Questions". *Journal of Urban Affairs*, número 1, pp. 1–17.
- SMYTHE, Dallas (1977). "Communications: Blindspot of western Marxism". *Canadian Journal of Political and Social Theory*, número 3, pp. 1–27.
- VANG, Jan y CHAMINADE, Cristina (2007). "Cultural Clusters, Global-Local Linkages and Spillovers: Theoretical and Empirical Insights from an Exploratory Study of Toronto's Film Cluster". *Industry and Innovation*, número 4, pp. 401–420.
- WASKO, Janet (2011). "The Death of Hollywood. Exaggeration or Reality?", en WASKO Janet, MURDOCK Graham y SOUSA, Helena (Eds.), *The Handbook of Political Economy of Communications* (pp. 307–330), Malasia: Blackwell Publishing.
- WASKO, Janet (2005). *How Hollywood Works*, Gran Bretaña: Sage.
- WORLD BANK (1998). "What is Social Capital". <http://web.worldbank.org/WBSITE/EXTERNAL/TOPICS/EXTSOCIALDEVELOPMENT/EXTSOCIALCAPITAL/0,,contentMDK:20185164~menuPK:418217~pagePK:148956~piPK:216618~theSitePK:401015,00.html> (Última consulta: 31 de mayo de 2013).
- ZALLO, Ramón (2011a). *Estructuras de la Comunicación y la Cultura. Políticas para la Era Digital*, Barcelona: Gedisa.
- ZALLO, Ramón (2011b). "Industrias Culturales y territorios creativos. Los límites de la transversalidad" en BUSTAMANTE, Enrique (Ed.), *Industrias creativas. Amenazas sobre la cultura digital*. (pp. 153–190), Barcelona: Gedisa.