



# UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO



## Facultad de Filosofía y Letras

**Bdlatino: Una aplicación móvil para la difusión del cine latinoamericano**

**Modalidad de titulación por diseño de proyecto de desarrollo intercultural para obtener el Título en Licenciatura en Desarrollo y Gestión Interculturales**

**Presenta:**

Pamela del Rocío Mejía Sánchez

**Asesor:**

Alí Martínez Albarrán

**Sínodo**

Alí Martínez Albarrán

Carlos Aguirre Álvarez

Rita Margarita Jiménez Sánchez

Rogelio Julio Canales Pérez

Mariana Montiel

**Ciudad Universitaria, Cd. Mx., 2021**



Universidad Nacional  
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

**Biblioteca Central**



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

Porque él dijo, y fue hecho;

Él mandó, y existió.

Salmos 33:9 (RV-1996)

Dios les ha dado capacidad artística para hacer los tallados en madera, los bordados en tela morada, tela azul y tela roja, y en tela de lino fino, así como para hacer cualquier tipo de artesanía. También les ha dado capacidad para enseñar a otros en esta clase de trabajos.

Éxodo 35:31-35 (TLA)

## **Agradecimiento especial**

A Dios quien es la fuente de toda inspiración y creatividad de los mil mundos que viven dentro de mí.

A mi familia, que a pesar de no entender muy bien mi amor por el cine aún están abiertos a las ideas que suelen venir a mí de manera espontánea.

A mi asesor de tesis Alí Albarrán, por ser paciente conmigo y ayudarme a aterrizar las ideas más raras para ayudar a los demás.

A Michelle y Fernanda Conde, por su amistad, compañerismo, ánimo y apoyo en tiempos de bloqueo.

A todos los profesores y compañeros que me honraron con sus enseñanzas y perspectivas del mundo en el que vivimos.

A la Universidad Nacional Autónoma de México y a la Escuela Nacional de Artes Cinematográficas, especialmente el área de Publicaciones, que me inició en el registro digital del cine local.

## **Agradecimiento General**

A todos los que apoyan el cine local independiente.

A todos los que apoyan las historias y proyectos creativos de sus amigos.

A todos los que creyeron en las ideas espontáneas de un soñador.

Muchas gracias.

# Índice

## 1. Introducción.

- 1.1 Descripción del contexto de intervención El cine: memoria, identidad y expresión
- 1.2 Documentación, resguardo y registro del cine mexicano: ¿nacional o local?
- 1.3 Registro del cine latinoamericano
- 1.4 El cine latinoamericano, su público y otros conceptos

## 2. Planteamiento del proyecto

- 2.1 Objetivo
- 2.2 Justificación
  - 2.2.1. Contexto, beneficio e interculturalidad
- 2.3 Metodología para el diseño del proyecto
  - 2.3.1 Planeación estratégica
  - 2.3.2 Círculo de oro
  - 2.3.3. Lienzo de Modelo de Negocios
  - 2.3.4 Lienzo de propuesta de valor
  - 2.3.5 Fases de desarrollo
  - 2.3.6 Primer bosquejo de Lienzo de Modelo de Negocios
  - 2.3.7 Primer bosquejo de propuesta de valor
  - 2.3.8 Criterios y lineamientos del registro
  - 2.3.9 Aspectos técnicos de la base de datos y aplicación móvil
- 2.4 **Recursos**
  - 2.4.1 Financiamiento
  - 2.4.2 Tiempo
  - 2.4.3 Cronograma
  - 2.4.4 Logística, personal y herramientas

## 3. Marco interpretativo:

- 3.1 El poder del registro: ¿difundir o divulgar?
- 3.2 El cine: ¿expresión, industria o bien cultural?

## 4. Conclusiones

## 5. Bibliografía / Fuentes.

## 6. Anexo.

## 1. Introducción.

El presente proyecto se concentra en la importancia del registro digital de las expresiones culturales, dado que en diferentes convenciones se ha determinado que es un derecho esencial de los individuos y los grupos culturales ante la necesidad de dar a conocer su cosmovisión. Podemos presenciar que las expresiones culturales se han manifestado a través de la narración oral, la música, la pintura, la fotografía y el cine. Aunque las técnicas y herramientas cambian, la motivación parece ser la misma: comunicar lo que nos identifica. Desafortunadamente, los acuerdos internacionales entran en segundo plano ante las normas del mercado, afectando el desarrollo o práctica de las expresiones culturales. En este proyecto me referiré al caso específico del cine en Latinoamérica tomando como referencia principal la situación en México. Asimismo, se analizará el papel de la difusión y divulgación de las instituciones al comunicar el conocimiento a nivel nacional, ya que esto tiene una relación estrecha con el registro y el papel de las instituciones gubernamentales en la conservación de archivos. Aunque en los últimos años se ha facilitado su producción y distribución con la creación de las redes sociales, las plataformas de recaudación (*startup*) y las plataformas de pago por demanda, su divulgación y su validación a través del registro se ha pasado a segundo plano o es casi inexistente. Por lo que, el acceso a la información del cine local se ve reducida a ciertos sectores de la sociedad. Esta perspectiva institucional es creada a partir de conceptualizaciones del cine como bien cultural o industria cultural, afectando así el acceso a la cultura misma, por lo que es pertinente hablar del cine como una expresión cultural que necesita una difusión, divulgación en el sector educativo y sobre todo un registro independiente al papel del estado, para que sea accesible logrando un proceso de identificación del cine latinoamericano configurado por la identidad local.

Por lo anterior, este proyecto plantea las posibilidades de un emprendimiento en el sector cultural para crear un espacio de difusión, divulgación y registro con el desarrollo de una aplicación móvil. A través de una aplicación móvil se podría permitir el acceso y cooperación de varios usuarios para investigar sobre el tema del cine en latinoamérica, escuchar sus propuestas y corroborar la información acerca de las películas que creen que forman parte del cine latinoamericano. Para que este proyecto siga desarrollándose se propone un modelo de negocio sostenible, por lo que se generarán ingresos a partir de publicidad, venta de artículos y suscripción; éste último aspecto se plantea desde dos tipos de acceso: libre, para que los usuarios interesados puedan conocer la aplicación, y *premium*, para que puedan recibir diferentes servicios complementarios a través de una cuota mensual.

## **1.1 Descripción del contexto de intervención. El cine: memoria, identidad y expresión.**

*Nuestra habilidad para funcionar como seres creativos en la sociedad descansa en nuestra habilidad para organizar la experiencia y para articular nuestras actitudes, juicios y valores para que sean comprendidos.*

Elisenda Ardévol

El cine no solamente registra, también representa la realidad de una manera única. No solamente por ser un proceso creativo que compromete diferentes talentos como la pintura, la fotografía y la música, sino por “la capacidad de este para forjar identidades a partir de la diversidad cultural”. (Tenorio citando al director Alfredo Joskowicz, 2014:68) Hay varios conceptos alrededor del cine desde su utilidad como registro de la realidad, la manera que influye en la mentalidad del espectador, las diferentes metáforas que emplea en su narrativa o las estructuras sociales en la distribución del contenido fílmico. Es decir, el uso de todas las disciplinas anteriormente mencionadas, entrelazan elementos que están conformados por signos o simbolizaciones que conforman la identidad y la memoria de una cultura. Esto tiene que ver con los conceptos: memoria, identidad, bien cultural, industria cultural y expresión cultural pues cada uno tiene su interpretación y práctica. Ante todo, es necesario entender la diferencia entre bien cultural, industria cultural y expresión cultural pues cada una de ellas entiende de manera diferente los problemas prácticos que enfrenta el cine en México y Latinoamérica. Esto lo analizaremos en la sección 3 de este proyecto a través de Lauro Zavala.

## **1.2 Documentación, resguardo y registro del cine mexicano: ¿nacional o local?**

El cine mexicano ha tenido varios procesos en su construcción identitaria, por ejemplo, tenemos películas referentes a la Revolución como *Vámonos con Pancho Villa* (1936) o *Juana Gallo* (1961). Una de las etapas más recordadas para la industria fílmica en México ha sido la época de oro. Esta época es mayormente recordada por la gran oportunidad de producción y difusión ante la falta de competencia comercial que había en esos años en la industria del cine a nivel internacional. Cabe recordar que años más tarde sería evidente que los derechos culturales dependen de las alteraciones en los acuerdos económicos internacionales, pues se realiza el Tratado de Libre

Comercio que brinda a las producciones americanas el acceso a más del 50% de las salas de cine en México, planteando así los límites de la cinematografía nacional. Se ha debatido que la inversión disminuyó por la falta de interés del público en el cine nacional gracias a la lógica de entretenimiento proveniente de Estados Unidos, pero se ignora que el cine mexicano pasó de ser una expresión de los locales para convertirse en un bien cultural proporcionado exclusiva y mayoritariamente por las instituciones mexicanas, que solamente perduran según cada programa cultural. Esto será analizado por medio de la propuesta de Fabiola Rodríguez con respecto a las expresiones culturales.

Por otro lado, el acceso al material cinematográfico local se encuentra limitado por una conceptualización de los espacios denominados como “culturales” como los museos, o la Cineteca Nacional. Aunque, se han impulsado la creación de otros espacios culturales para la descentralización de la cinematografía mexicana, para algunos consumidores y cineastas se ha vuelto difícil acceder a estos espacios ya sea por sus costos o la dificultad de acceso al espacio que propone la centralización de la “cultura”. A través del estudio de Mario Gándara veremos una preferencia a las personas con un conocimiento previo sobre el tema que tratan de difundir, lo cual no solo genera falta de interés por otros sectores sino que los excluye. En otras palabras, pueden considerarse otras estrategias de comunicación para que diferentes sectores conozcan el cine local y expresen su opinión al respecto. Es por eso que hablaremos de conceptos como difusión y divulgación, sus posibilidades y diferencias en las prácticas institucionales con una breve comparación con los términos legales del derecho a la educación que plantea el cine visto como expresión cultural. Actualmente, se pensaría que los espacios físicos ya no son de gran importancia pues los avances tecnológicos y el desarrollo de las herramientas digitales han dado la oportunidad de crear y comerciar contenido audiovisual. La estructura comercial de las plataformas digitales ayuda a replantearnos si los espacios físicos son los únicos lugares en los que podemos disfrutar de la representación de la identidad local a través de una simple suscripción. Con la misma lógica, se han desarrollado proyectos para el financiamiento de filmes independientes con el apoyo de otros individuos alrededor del mundo a través de *crowdfunding* (financiamiento colectivo)<sup>1</sup>. No obstante, el mismo respaldo o apoyo para el desarrollo de un registro del cine local competente y de fácil acceso para los ciudadanos. Esto es importante, porque al desconocer lo que se produce localmente es lo que limita su acceso. En otras palabras, para reconocer la

---

<sup>1</sup> Conforme pasa el tiempo se han desarrollado diferentes tipos de financiamiento colectivo: recompensa, inversión, préstamo, donación o recompensa por donación. Cada uno ofrece parte del proyecto o producto ya sea por intercambio de servicios difusión de otros proyectos (como lo puede ser la publicidad.)

existencia de un cine local (latinoamericano o mexicano) debe haber una plataforma u objeto que sirva de evidencia o respaldo. Puede que la interacción con la evidencia debe ser, primeramente, de manera física como la que permite un archivo (hasta cierto punto), o por lo menos accesible a través del uso de la representación como usualmente lo emplean algunos museos; sin embargo, este proyecto cree que el espacio digital puede ser el primer paso para reconocer, reclamar y dar a conocer al cine local. Esto solamente podrá ocurrir a través de un proyecto que se desarrolle con base a la divulgación, como veremos más adelante con Mario Gándara y confirmaremos con Lauro Zavala.

En México hay instituciones encargadas de la documentación y restauración de películas que se han interesado en la digitalización de la información, como: la Filmoteca, la Escuela Nacional de Artes Cinematográficas (ENAC), el Archivo General de la Nación y la Cineteca Nacional. Desafortunadamente, parece ser que la mayoría de estas instituciones desvían su atención al resguardo y difusión principalmente en la época de oro del cine mexicano. Pero veamos a dos de las principales instituciones que impulsan el resguardo independiente por medio del archivo:

- Filmoteca UNAM: permite depositar y/o registrar material filmográfico actual. Usualmente los formatos filmográficos actuales son digitales como: DCP, AVI, MKV y DivX; pueden ser almacenados en una memoria externa o disco duro que permita su reproducción en diferentes plataformas. Sin embargo, este proceso se considera caro, poco conveniente o desconocido por algunos cineastas.
- Cineteca Nacional: publica una base de datos de las películas que brinda en su página oficial, encontramos los títulos de las películas proyectadas sólo en sus instalaciones. Estas limitaciones son una gran desventaja, ya que el Instituto Mexicano de Cinematografía (IMCINE) dio a conocer que en el año 2018 se produjeron más de 180 películas, de las cuales solamente se proyectaron 115 en salas de cine y 54 llegaron a estar en plataformas de pago por evento. Es decir, 65 películas no se proyectaron en salas de cine y aproximadamente 120 películas no tuvieron oportunidad de ser proyectadas en plataformas digitales. Además, varios filmes resultan no estar registrados en las grandes bases de datos mencionadas anteriormente. En consecuencia tenemos una falta de documentación, registro y difusión en medios digitales. Resultando una gran desventaja para el cine local. Asimismo, en los últimos años, la Cineteca Nacional y *Wikipedia* han querido impulsar el registro digital de películas clásicas a través de convocatorias generales. Tal es el caso de los “editatones”, donde algunos miembros editores de

*wikipedia* y cinéfilos se juntan para verificar y redactar el contenido sobre el cine mexicano de la época de oro en la plataforma de *Wikipedia*. Lo cual es realmente conveniente, ya que las plataformas digitales que manejan este tipo de información necesitan un respaldo académico. A pesar de ello encuentro dos desventajas:

1. La asistencia a este tipo de eventos se reduce por la falta de planeación previa en la difusión de estos eventos. Al igual que el espacio suele ser más accesible para los habitantes que habitan cerca de la zona.
2. La mayoría de los registros digitales se concentran en la época de oro del cine mexicano. En el caso de las películas actuales que se han registrado solamente las que son producidas por instituciones gubernamentales como IMCINE.

Así que, el registro digital puede realizarse de manera colectiva pero todavía hay efectos colaterales en su registro, pues cada institución se limita a las producciones propias. Entonces ¿qué pasa con el cine independiente? Para poder aclarar este asunto me gustaría mencionar el caso de la película *Lorena, la de pies ligeros*, de 2019. Ésta fue una película estrenada en la plataforma de *Netflix* y participó en el Festival de Morelia, no obstante su registro en los Anuarios de IMCINE y la base de datos de la Cineteca Nacional es nula. En el Anuario del año 2019 hay una nota que parece justificar su ausencia, pues en México la Secretaría de Gobierno concentrada en la dirección de los sectores de Radio, Televisión y Cinematografía se encarga de respaldar el contenido de los Anuarios. Esta sección administrativa de la Secretaría de Gobierno se dedica en otorgar los certificados de origen y en los procesos de exhibición en todas sus formas de comercialización. Entonces surgen algunas preguntas: ¿A quién le pertenece el cine y su registro? ¿Quién decide qué producción cinematográfica es registrada y cuál no lo es? ¿Cómo se decide este proceso? ¿Qué pasa con las creaciones independientes? ¿Debería de hablarse de un cine nacional o local? Entonces se repite el mismo patrón anterior, los espacios que son designados como culturales ahuyentan a otros sectores y solamente podríamos encontrar esta información en bases de datos como el Instituto Mora, que se dirige principalmente al sector con un conocimiento previo.

Finalmente, podremos ver que un registro continuo no debe depender de las instituciones gubernamentales que están sujetas a una coordinación temporal, sino de un compromiso continuo y externo al gobierno. Estas son algunas de las ideas que podrán guiarnos en el desarrollo del proyecto en la práctica.

### 1.3. Registro digital del cine latinoamericano.

A finales del siglo pasado comenzaron a desarrollarse bases de datos que se interesaron en guiar el consumo de los espectadores, como IMDb (*Internet Movie Database* en inglés) que comenzó como un proyecto personal para Cole Needham y después creció con la cooperación de otros usuarios. Con el tiempo encontraron el propósito de divulgar<sup>2</sup> información más reciente del cine, mediante artículos y el resguardo de la información básica de cada película (actor, director, guionista, etc.). Por otro lado, está el caso de *Rotten Tomatoes* que tiene una dinámica parecida a IMDb, pero su esencia está en la opinión del público ya que las evaluaciones de las películas pueden ser realizadas por los usuarios a través del tomatómetro. Así, las bases de datos como IMDb y *Rotten Tomatoes* parecen tener tres funciones: difundir, divulgar y registrar. Sin embargo, cada una de las bases de datos presenta un problema en común: la publicidad y artículos especiales contienen un enfoque principal en las producciones de Hollywood. Ante varios intentos de búsqueda, es claro que solo se puede encontrar mayor información de películas extranjeras que han obtenido un reconocimiento a nivel internacional. En caso contrario, los datos acerca de películas latinoamericanas son escasos, por ejemplo: *Las reglas del rey*, una película mexicana que se estrenó en 2018, hasta hoy solo se conoce el nombre del director Luis Romo y los actores en IMDb. Otros títulos que presentan el mismo problema son: *No se mata la verdad* (2018), *Espejos de piedra* (2018), *La misma sangre* (2016), entre muchas otras.

Como vemos las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) han dispuesto un diálogo internacional con respecto a las películas que se han proyectado a nivel nacional. Aunque esto no ha permitido, según el investigador Lauro Zavala, un flujo de información que brinde estabilidad a una identidad del cine latinoamericano. Lo cual ha sido ejemplificado anteriormente con las películas mexicanas y parece que el mismo patrón se repite en otros países latinoamericanos. Es preciso señalar que en los últimos años cada país latinoamericano ha optado por diferentes estrategias para mantener la producción y difusión de cine local<sup>3</sup>. En la siguiente tabla podremos apreciar las páginas web independientes que se han esforzado en producir y dar a conocer el cine local:

---

<sup>2</sup> Este concepto suele relacionarse con el término del marco legal de los derechos de autor. Sin embargo, esta plataforma se plantea desde un aspecto pedagógico e informativo. Explicaré este aspecto a profundidad en la sección 3 de este proyecto.

<sup>3</sup> En el marco lógico se expondrá las diferentes políticas públicas que cada país desarrolla para la creación audiovisual y cinematográfica local.

Páginas-plataformas	clientes	Objetivo
cinelatinoamericano.org	Cinéfilos, Cineastas o Investigadores	<p>“Contribuir al desarrollo e integración del cine latinoamericano y lograr un universo audiovisual común, además de cooperar con el rescate y afianzamiento de la identidad cultural de América Latina y el Caribe”</p> <p><a href="http://cinelatinoamericano.org/fnclhistoria.aspx?mnu=2&amp;cod=3">http://cinelatinoamericano.org/fnclhistoria.aspx?mnu=2&amp;cod=3</a></p>
Instituto Mora	Investigadores	<p>Información de producciones filmicas con temas sociales. El motivo principal de su difusión son los problemas sociales que manejan.</p>
Cinema 23	Cinéfilos, Cineastas	<p>Promover la cultura de la cinematografía local.</p> <p><a href="http://cinema23.com/">http://cinema23.com/</a></p>
Habana Film Festival	Cineastas, Cinéfilos	<p>Difundir y promover la identidad local latinoamericana.</p> <p><a href="http://habanafilmfestival.com/historia/">http://habanafilmfestival.com/historia/</a></p>
Latamcinema	Cinéfilos	<p>Proporciona información sobre los estrenos más recientes. Además de tener su propia revista digital.</p> <p><a href="https://www.latamcinema.com/paises/latinoamerica/">https://www.latamcinema.com/paises/latinoamerica/</a></p>
Arcadia	Cinéfilos, Músicos	<p>Trabaja con temas de cine, música, videos, arte, etc de América LATina. Sin embargo, no cuenta con la eficiencia de una base de datos.</p> <p><a href="https://www.revistaarcadia.com/seccion/cine/4/?_ga=2.3414712.905191897.1601510795-1410135663.1593546143">https://www.revistaarcadia.com/seccion/cine/4/?_ga=2.3414712.905191897.1601510795-1410135663.1593546143</a></p>

--	--	--

Como puede apreciarse son varios los espacios que intentan especializarse en cine latinoamericano, pero la información suele estar dispersa en diferentes plataformas y buscadores, por lo que sería conveniente usarlas para complementar ideas en la divulgación, difusión y posteriormente la producción del cine local. Asimismo, no hay individuo o institución que disponga la información a través de una aplicación móvil, lo cual es extraño pues el uso de los celulares y tabletas registran mayores usuarios<sup>4</sup> que en otros aparatos inteligentes.

Ante la falta de información en los medios digitales comienzan a surgir algunas preguntas: ¿Existe el cine latinoamericano? ¿Se puede analizar la identidad latinoamericana con el reconocimiento de su cine local? ¿Qué es lo que intentamos comunicar como latinoamérica? ¿Se escucha lo que está siendo expresado? ¿Qué es lo que identificamos que nos une? ¿Qué es lo que nos distingue? ¿Son las historias? ¿El cine latinoamericano depende de un modelo narrativo específico? y ¿De qué manera esto influye en la falta de difusión y divulgación del mismo cine latinoamericano? No creo llegar a la respuesta de algunas de estas preguntas pero en la sección tres de este proyecto hablaremos sobre los aspectos de la difusión, el registro y preservación del cine local en Latinoamérica.

#### **1.4 El cine latinoamericano, su público principal y otros conceptos.**

A partir de algunos acercamientos con el público de la Cineteca Nacional, pude percibir que se componía principalmente por aspirantes, estudiantes de cine, críticos, periodistas culturales, investigadores, académicos, cinéfilos y estudiantes universitarios. Cabe resaltar que varios de los individuos resultan estar activos en el sector educativo. Sin importar la materia en la que se desarrollen, acuden al cine como complemento a la enseñanza y/o como objeto de investigación. Así que parece ser que los individuos interesados en el cine independiente o local se encuentran relacionados a las actividades cotidianas u obligaciones que se desarrollan en el ámbito académico. Usualmente el escenario académico y estudiantil invita a apreciar las identificaciones locales, ya sea a través de una tarea, proyecto asignado o grupo de estudio. Para este público en particular resulta pertinente el uso de las herramientas digitales, pues entre sus necesidades está el encontrar la información de

---

<sup>4</sup>Para mayor información acceder a la siguiente liga: <http://www.cienciamx.com/index.php/sabias-que/15618-sabias-que-aumenta-el-uso-de-smartphones-en-mexico>

las películas locales que han visto. El siguiente caso puede ilustrarnos en materia práctica: en el año 2016 un maestro de arquitectura dejó como tarea ver el documental *El patio de mi casa* de Carlos Hagerman. El documental explica la vida de un arquitecto estrenado en el año 2013 y para poder verlo había algunas páginas que daban información acerca de la película (sinopsis, dónde encontrarla, etc.) por lo que varios de sus alumnos no entregaron a tiempo el reporte, ya que no encontraron la película. Los alumnos que tuvieron suerte de encontrarla, tenían opciones limitadas: comprarla en *Apple* o en una plataforma que no había desarrollado confianza en los usuarios para ceder información.

Por otro lado, tenemos a un sector que no está involucrado activamente en la academia pero consume el cine local, usualmente está relacionado con la distribución no oficial del mismo (piratería). Por ejemplo, un estudiante busca una película que le recomendaron sus amigos y solamente puede conseguirla en un puesto fuera de la Cineteca, ya que había pasado tiempo desde su última proyección. Otra característica interesante es el uso de las palabras “cine de arte”, “cine independiente” para referirse al cine que es producido localmente. Como podemos ver el cine local, en especial el latinoamericano<sup>5</sup>, suele ser relacionado con otros conceptos. Aunque hay producciones que pueden contar como cine comercial o de entretenimiento el cine independiente latinoamericano el público suele relacionarlo con términos de cine de arte, cine de autor, cine militante, etc. Por ejemplo, *Roma* de Alfonso Cuarón, transgrede varios términos anteriores ya que algunos llaman a su obra “cine de autor” por el compromiso del director en todo el proceso creativo de la historia. También han usado el término de “cine de arte” por el uso de la fotografía en blanco y negro en su narración visual. Por otro lado, han llegado a mencionar las palabras “cine comercial” por la gran distribución y difusión que tuvo a través de la plataforma de Netflix. Un aspecto interesante a discutir es si pertenece a un cine local o cine nacional y cuáles son los elementos que determinan tal diferenciación. Se presume que el uso de estos términos se debe a la falta de divulgación del cine local y sus situaciones actuales. Pero para la implementación del presente proyecto se cree importante ver y manejar cada uno de los conceptos con sus teorías respectivas para que su difusión no sea una barrera en una primera etapa (despegue) y que permita construir un canal para su divulgación en una segunda etapa (ampliación).

Creo que la siguiente tabla puede ayudarnos a diferenciar estos términos:

---

<sup>5</sup> En futuras ocasiones me referiré al cine mexicano y cine latinoamericano como cine local. Me refiero al cine local como aquel que en sus diferentes etapas es realizado en el espacio constituido geográficamente (ya sea por un acuerdo internacional) como una identidad regional específica. En otras palabras, el caso de este proyecto es el cine local que se caracteriza por narrar y expresar las situaciones que se presentan alrededor de los sujetos en Latinoamérica como lo es el caso de México, Argentina, Colombia, Brasil, Costa Rica, etc

Clasificación	Definición o características
Cine comercial	Se caracteriza por un guión estructurado e impulsado por una motivación económica. La mayoría de este cine está basado en la lógica de <i>Storytelling</i> . Mario Pezzela lo define como el cine en el que las imágenes solo siguen la secuencia de una historia estructurada.
Cine independiente	Se refiere a las películas que no son realizadas en grandes casas productoras, los realizadores o participantes no forman parte de una asociación. Según la perspectiva de Quim Casas no hay una definición precisa sobre el cine independiente; realmente es una situación de rebasar cierta cantidad de dinero (esto desde la perspectiva norteamericana) Este concepto es muy parecido al cine de autor.
Cine de autor	Este tipo de cine, según el libro de <i>Historia del cine</i> de Román Gubern, está caracterizado por un presupuesto bajo y la independencia en todo el proceso creativo. Este concepto surge en 1954 con François Truffaut en un artículo llamado "Política del autor y la muerte del hombre" publicado en la revista <i>Arts</i> . En el artículo se resaltaba la importancia de los directores en la realización de los filmes. ¿Por ejemplo? <i>Los insólitos peces gato</i> de Claudia Sainte-Luce.
Cine de Arte	Según Alejandro Montiel, se caracteriza por una idea que se tiene conforme a la estética. También define que el cine forma parte del "arte" en sus diferentes vertientes por medio de la narración audiovisual. Ejemplo: ¡Madre! de Darren Aronofsky.
Cine experimental	Usualmente se relaciona con el cine independiente al usar nuevas técnicas narrativas para crear otras experiencias en las emociones o sentimientos del espectador (Alcoz, 2019).
Cine militante	Para Andrea Marinescu el cine militante está involucrado en diferentes procesos de la política y estética. Para Christian León está relacionado con el tema de la marginalidad, pues el

	cine militante ilustra las utopías nacionalistas y los efectos colaterales de sus prácticas.
Nuevo Cine Latinoamericano o Tercer Cine.	A diferencia de los anteriores, convive con una cuestión de la industria del cine. Ignacio del Valle Dávila describe su nacimiento en los años sesenta en el Festival de Viña del Mar. El NCL nace de la comparación diferente uso de la narrativa visual por un aspecto político, cultural y económico que predecía la condición del cine latinoamericano en el futuro.

Después de aclarar estos conceptos este proyecto plantea pensar el cine latinoamericano más allá del formato y sus limitaciones, es decir, plantea pensar en el contexto donde la historia es construida y desarrollada en sus aspectos temáticos por un tema de valor identitario<sup>6</sup>. El aspecto temático debe ser representativo de la identidad latina desde la perspectiva propia de Latinoamérica, porque solo así podremos trazar una posible identidad a nivel local e internacional. Asimismo, debe de involucrar a la economía local en su producción y distribución. Este aspecto será detallado más adelante en *criterios y lineamientos*.

En segundo lugar, el presente proyecto plantea que una buena distribución y difusión del cine local no debe determinarse por su independencia o comercialidad, porque ambas contienen una perspectiva acerca de la realidad latinoamericana. Además, la diversidad de perspectivas puede ayudar a replantear los términos de difusión, divulgación y distribución de las instituciones y colectivos para la innovación en los procesos creativos del cine local.

En tercer lugar, el cine se hace en conjunto. Un estudiante de cine puede formar un equipo de filmación a través de las redes sociales con personas que aspiran a estudiar cine. De la misma manera puede plantearse la necesidad de un registro de sus trabajos como una oportunidad. Es por eso que en la planeación del proyecto también se considera la colaboración entre estudiantes, aspirantes y cineastas.

En resumen, aunque las plataformas de servicio en transmisión de contenido han facilitado la realización, distribución y la difusión del cine (hasta cierto punto), no se ha realizado un registro digital específico del cine local latinoamericano que sea accesible y planteado a sus diferentes públicos. Asimismo, los proyectos culturales

<sup>6</sup> Usualmente se discute el cine desde un aspecto estético. La calidad de formato o desarrollo del filme no debe justificar su falta de registro o resguardo.. Podríamos tener tanto a *Roma* de Alfonso Cuarón y el cortometraje *Arango* de Sebastián González en la misma base de datos. El objetivo es entender que el cine local nos ayuda a ver los diferentes puntos de vista en nuestro país y conectar de manera diferente con otros países en contextos como el nuestro. Por lo que el tema estético no es el objetivo principal de este proyecto.

suelen plantearse desde una dependencia a las instituciones gubernamentales que parecen tener el papel principal en el tema. Por lo que este proyecto plantea que deben desarrollarse nuevas estrategias de difusión, distribución y realización desde el emprendimiento cultural.



**Roma (2018), Alfonso Cuarón.**

## **2. Proyecto**

Ante la falta de especialización y disponibilidad de información en las bases de datos digitales, se encuentra la oportunidad de difundir y divulgar el cine latinoamericano a través de un registro digital. Por lo que el proyecto plantea gestionar la creación de una aplicación para dispositivos móviles que contenga una base de datos de la filmografía latinoamericana. Esto sería con ayuda de educadores, aspirantes, consumidores o creadores del cine local latinoamericano.

Asimismo, este proyecto reconoce la creación de otras páginas digitales con el mismo objetivo. Sin embargo, nuestro medio de difusión principal es una aplicación móvil, pues ha aumentado su uso en los últimos años.

## 2.1 Objetivo

El objetivo de este proyecto es la planeación de una base de datos digital para el registro y difusión especializada en el cine latinoamericano desde las herramientas del emprendimiento cultural.

## 2.2 Justificación

### 2.2.1 Contexto, beneficio e interculturalidad

El presente proyecto se creó a partir de tres ideas: la interculturalidad, el cine y las tareas del gestor intercultural. La interculturalidad y sus efectos pueden definirse de muchas maneras, sin embargo en este proyecto se entiende como una relación horizontal que permite un intercambio de identificaciones e ideas que desarrollen una difusión equitativa entre diferentes grupos sociales.

El cine<sup>7</sup> sufre el mismo efecto de múltiples interpretaciones pero es preciso entenderlo desde la antropología visual, reconociendo que tanto en su proceso creativo y el resultado final se ven reflejadas identificaciones y discursos de un grupo o individuo específicos. En otras palabras, el cine permite un diálogo consciente o inconsciente que guía a sus espectadores a diversas identificaciones. Es por eso que la idea del cine latinoamericano se pone a prueba y en el proceso de investigación se consideró necesario hacer un registro del mismo para tener la oportunidad de generar la visualización de un panorama amplio que permita analizar los aspectos de la identidad a través del cine.

Los puntos anteriores se analizaron a partir de las tareas del gestor intercultural, ya que entre ellas está la mediación entre los diferentes grupos sociales que componen una sociedad, el registro de los procesos de identidad en sus diferentes expresiones en una nación multicultural y el análisis del conocimiento generado en cada uno de estos procesos. La relación entre cada una de estas tareas permite desarrollar nuevas ideas y estrategias para la difusión que da paso a la interdisciplina en temas diversos, como: la socialización de los valores patrimoniales a través de las redes sociales y la construcción de la identidad en los medios. Un proyecto de difusión como éste se plantea desde la idea de interdisciplinariedad que existe entre los bienes culturales, la industria cultural y la expresión cultural relacionadas con las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) en la difusión de la identidad de las diferentes culturas.

---

<sup>7</sup> Algunos resaltan la diferencia entre cinematografía y cine. La cinematografía como el conocimiento y las estrategias para la realización de proyectos creativos; en cambio el cine se entiende como el resultado de poner en práctica el conocimiento y las estrategias. En este caso no me referiré a cine y cinematografía de esta manera sino en términos iguales.

Conforme a lo que se ha mencionado anteriormente, se ve la necesidad de crear un espacio que permita el acceso a esta información para poder conformar una comunidad del cine latinoamericano. En este caso se plantea crear una base de datos digital para la cual se creará una página web y una aplicación móvil para complementar las diferentes funciones que necesiten los usuarios. La utilidad de esta base de datos radica en su especialización en el registro, difusión y divulgación exclusiva del cine latinoamericano, ya que las disponibles se enfocan en el cine internacional y son pocas las películas del cine latinoamericano que se registran. Si se crea un registro digital que presente la información de manera eficiente, el cine latinoamericano puede ser difundido en los sectores apropiados y darse a conocer en la localidad. Esto crearía una red de comunicación entre diferentes realizadores independientes y aspirantes a estudios cinematográficos en América Latina para entender, crear o reforzar la producción del cine latinoamericano.

Finalmente, el presente proyecto plantea las herramientas del emprendimiento como una nueva forma de gestionar y resaltar la diversidad latinoamericana; de tal manera que se pueda que permita el aprendizaje, el intercambio cultural y de conocimientos pertenecientes a este sector creativo.

## **2.3 Metodología para el diseño del proyecto**

### **2.3.1 Planeación estratégica:**

Desde la visión de una economía que consiste en actividades culturales (economía naranja) se visualizó una idea emprendimiento para realizar un proyecto intercultural. Asimismo, para complementar la idea de este proyecto se tomó en cuenta el método de emprendimiento en negocios digitales que tomé en el curso de *Innovación y emprendimiento* de la UNAM en el año 2019. Esta estrategia presenta los aspectos relevantes y prácticas para desarrollar un modelo de negocios. Cabe mencionar que el proyecto aprovecha la flexibilidad del modelo de negocios que permite plantear diferentes ideas para realizar el proyecto gradualmente. A diferencia de un plan de negocios el modelo de negocios ayuda al emprendimiento y la búsqueda de un mercado.

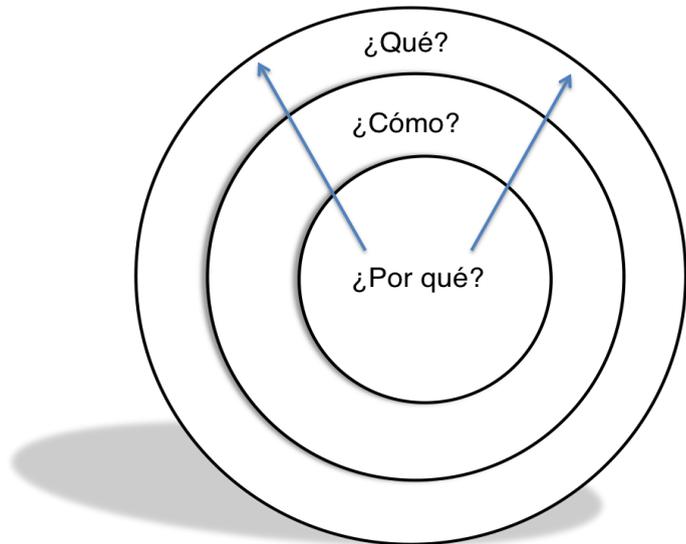
El presente proyecto es el bosquejo de una futura aplicación móvil que se especializa en las diferentes producciones del cine latinoamericano. Entendiendo así que el modelo de negocios es una herramienta versátil y oportuna para los gestores interculturales en la realización de proyectos culturales desde el emprendimiento.

Ahora, como primer paso, para comenzar un proyecto debe plantearse la idea del proyecto de forma estratégica y para eso se hace uso de la herramienta denominada *El círculo de oro*. Una vez que se ha planteado el *por qué* de este proyecto se plasman las hipótesis del negocio mediante la herramienta del *Lienzo de Modelo de Negocios*.

A continuación se explicarán cada una de estas herramientas.

### 2.3.2 El círculo de oro

El círculo de oro fue desarrollado por el antropólogo social Simon Sinek en su libro *La clave es el por qué*. Esta herramienta nace de observar la relación de confianza que suele generarse entre una empresa y sus clientes. Simon Sinek se dio cuenta que la confianza se genera por el propósito de la empresa al realizar su trabajo, es una idea que impulsa el compromiso en los integrantes de la empresa a seguir adelante.



En el caso de los emprendedores plantear esto desde un principio ayuda a motivar y seguir adelante con el proyecto. También ayuda a generar confianza con sus consumidores. Para poder plantear esto de la manera correcta, deben contestarse las siguientes preguntas: ¿Por qué? ¿Cómo? ¿Qué?

Las preguntas deben preguntarse y contestarse en ese orden, pues el planteamiento de Simon Sinek es que “las personas no compran lo que haces sino por qué lo haces”. El siguiente gráfico puede explicarlo de la mejor manera:

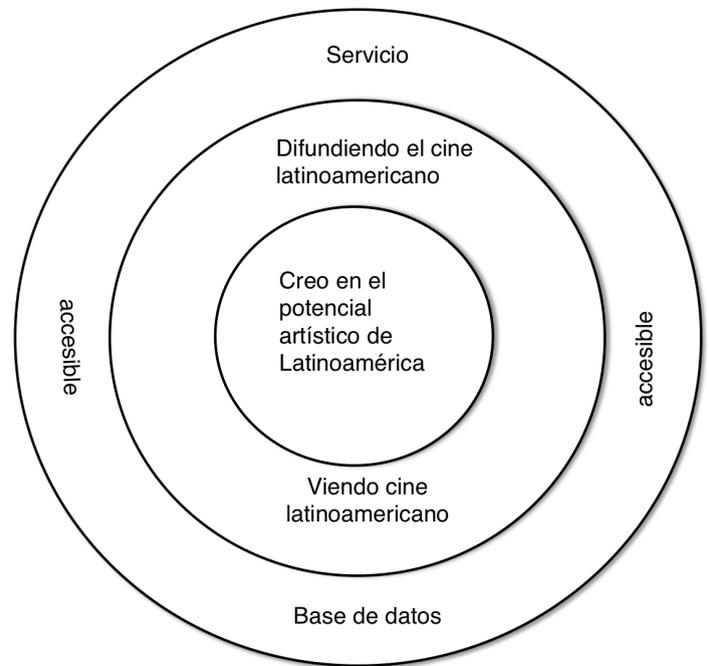
1. ¿Por qué? Se contesta desde una base filosófica. La mayoría de las veces este está basado en los sentimientos, emociones y/o el instinto. Esto es lo que motiva, es el corazón de la empresa o negocio.
2. ¿Cómo? Una idea que se genera desde la motivación. Éste puede llevarnos a sistematizar o hacer un bosquejo del negocio.
3. ¿Qué? El producto o servicio que nos ayuda a cumplir el motivo principal.

La idea debe compartirse de adentro hacia afuera, ya que solamente así se comparte una idea en la que se tiene una convicción que puede generar la relación de confianza con el cliente.

El bosquejo podría ser el siguiente:

“*Porque* nosotros creemos en el potencial artístico (cinematográfico) de América Latina y la aportación que hacen a nivel global, hemos optado por *difundir* el cine a través de una aplicación en la que todos tengan *acceso* a su contenido.”

Después de haber realizado esto, podemos dar el siguiente paso en el desarrollo del proyecto.

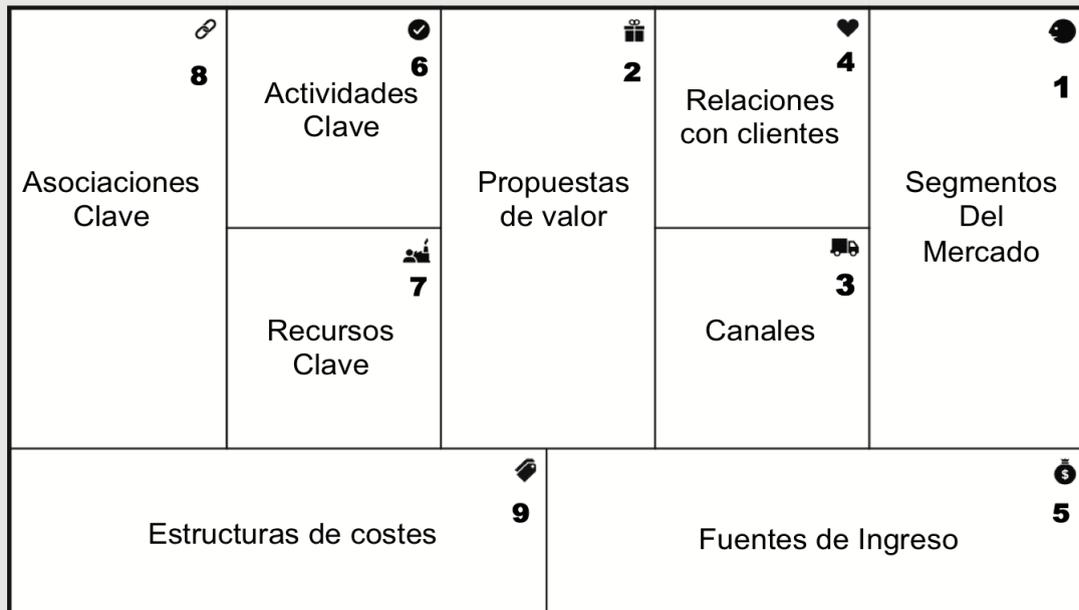


### 2.3.3 Lienzo de Modelo de negocios

El Lienzo del modelo nace con la tesis doctoral de Alexander Osterwalder, misma que en el año 2010 publicó en un libro llamado *Business Model Generation*. Desde entonces hubo un parteaguas con los modelos, la innovación y emprendimiento de un negocio. Se conforma de 9 secciones (módulos), emplea 4 ejes estratégicos (adaptabilidad, deseabilidad, viabilidad, factibilidad) y 5 etapas de desarrollo.

Los números en cada sección dan a conocer el orden aconsejado por Alexander Osterwalder para el planteamiento del proyecto. En el siguiente apartado explicaré la tarea de cada módulo:

# The Business Model Canvas



 Strategyzer

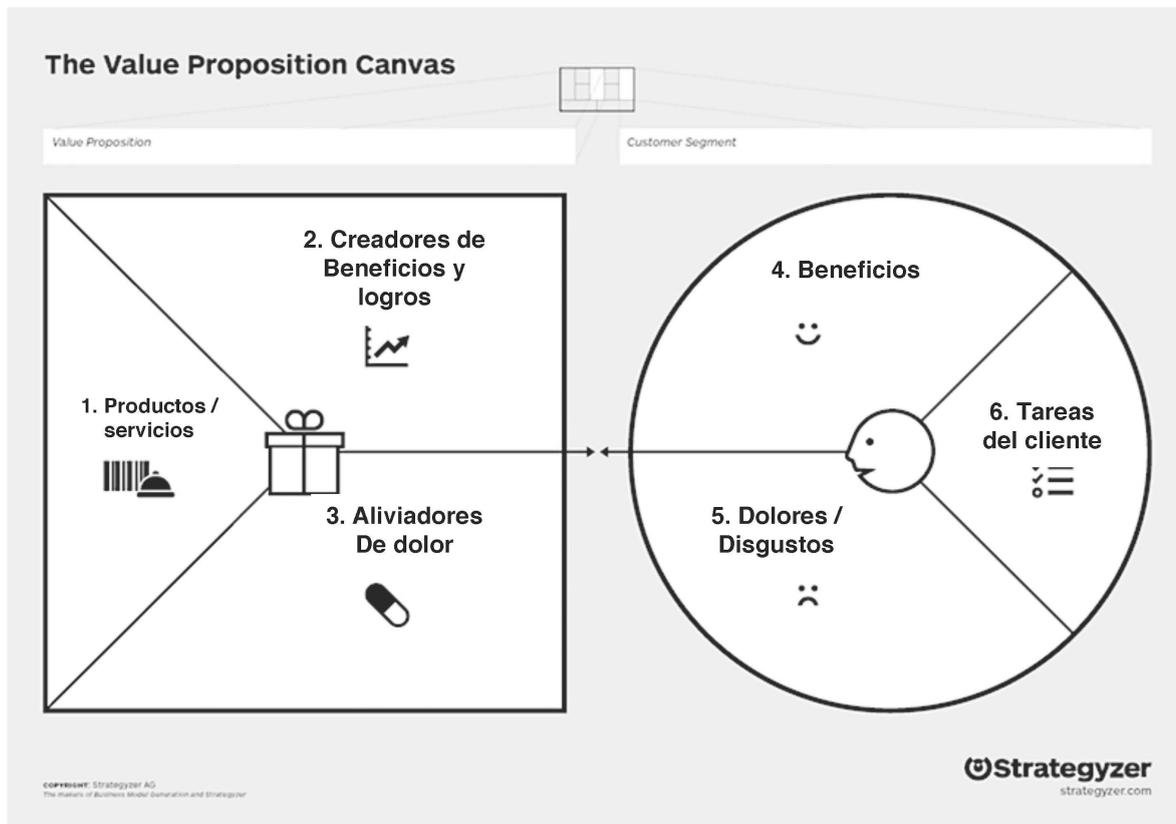
**\*Lienzo de Modelo de Negocios. Fuente: Innova UNAM. Strategyzer.**

1. Segmentos del Mercado: define el grupo de personas al que está dirigido el negocio o proyecto (maestros, estudiantes, cinéfilos, trabajadores, etc.)
2. Propuesta de valor: define el producto o el servicio que desea el sector del mercado (plataforma, app de cine, base de datos, etc.). La propuesta de valor responde a las necesidades de un segmento del público. Éstas pueden ser emocionales, estéticas, comunicativas, rendimiento, precio, etc. Esta sección requiere de otro lienzo para especializar el servicio o producto que se propone en cada proyecto de emprendimiento. (Se explicará con detalle en el apartado **2.3.4 Lienzo de propuesta de valor**)
3. Canales: son los medios físicos y/o digitales por los cuales un negocio puede dar a conocer su producto al cliente. (comunicación, venta, distribución)
4. Relaciones con clientes: se detalla el tipo de relación del negocio con el sector del mercado.
5. Fuentes de ingreso: determina la manera de obtener un beneficio económico. (suscripción, venta, publicidad, etc.)
6. Actividades clave: sector que determina las medidas más importantes para el avance del negocio o proyecto.
7. Recursos clave: detalla los activos o los medios físicos por los cuales el negocio se lleva a cabo. Ya sea la fabricación, diseño o compra de los mismos.

En otras palabras: recursos humanos, recursos materiales, intangibles y financieros.

8. Asociaciones clave: ayuda a descubrir aliados que pueden ayudar a la función del negocio.
9. Estructuras de coste: describe los gastos necesarios para llevar a cabo el negocio.

### 2.3.4. Lienzo de propuesta de valor



\*Lienzo de Propuesta de valor. Fuente: Strategyzer.

1. **Productos-Servicios:** esta sección está estrechamente relacionada con la propuesta de valor.
2. **Creadores de Beneficios y Logros:** son las tareas básicas del productos o servicio. Estas hacen que se logre el objetivo del servicio.
3. **Aliviadores de dolor:** Estas son las que aplacan los disgustos y los dolores de los clientes a la hora de buscar un producto o servicio.
4. **Beneficios:** estos son los elementos que el cliente cree elementales.
5. **Disgustos-Dolores:** son los inconvenientes que encuentran los clientes o el segmento del mercado a la hora de buscar un producto o servicio que lo ayude con sus tareas

- 6. Tareas del Cliente:** estas son las actividades en la vida diaria del usuario. Aquí se encuentra la base de la necesidad, pues hay una tarea que no puede ser completada por el cliente y necesita ayuda. Estas tareas son las que impulsan al cliente a buscar nuevas opciones. Hay tres tipos de tareas que usualmente el cliente necesita completar: funcional, social y emocional.

### **2.3.5 Fases de desarrollo**

El lienzo y sus modificaciones se llevarían a cabo en las siguientes fases:

- Descubrimiento: donde se hacen las preparaciones para llevar un negocio a cabo. Se basa principalmente en los eventos que han inspirado el llevar a cabo este proyecto. La filosofía detrás del negocio o proyecto.
- Comprensión: es la fase donde se evalúan las hipótesis del sector del mercado. Es donde se va conociendo al cliente y la necesidad real que tiene.
- Diseño: la modificación de los planos a partir de las evaluaciones anteriores.
- Aplicación: es donde se lleva a cabo un prototipo que, a través de un mecanismo de prueba y falla, dará con un punto clave del desarrollo.
- Gestión: el cambio y desarrollo constante del negocio para llevarlo a cabo en nuevos sectores.

Cada una de las fases va de la mano con el círculo de oro que se explicó anteriormente.

### **2.3.6 Primer bosquejo de Lienzo del Modelo de Negocios**

La ventaja de esta herramienta es la facilidad de plantear diversas estrategias para el desarrollo del proyecto en diferentes etapas. El canvas base de este proyecto sería el siguiente:

**\*Lienzo de Modelo de Negocios. Fuente: Innova UNAM. Strategyzer**

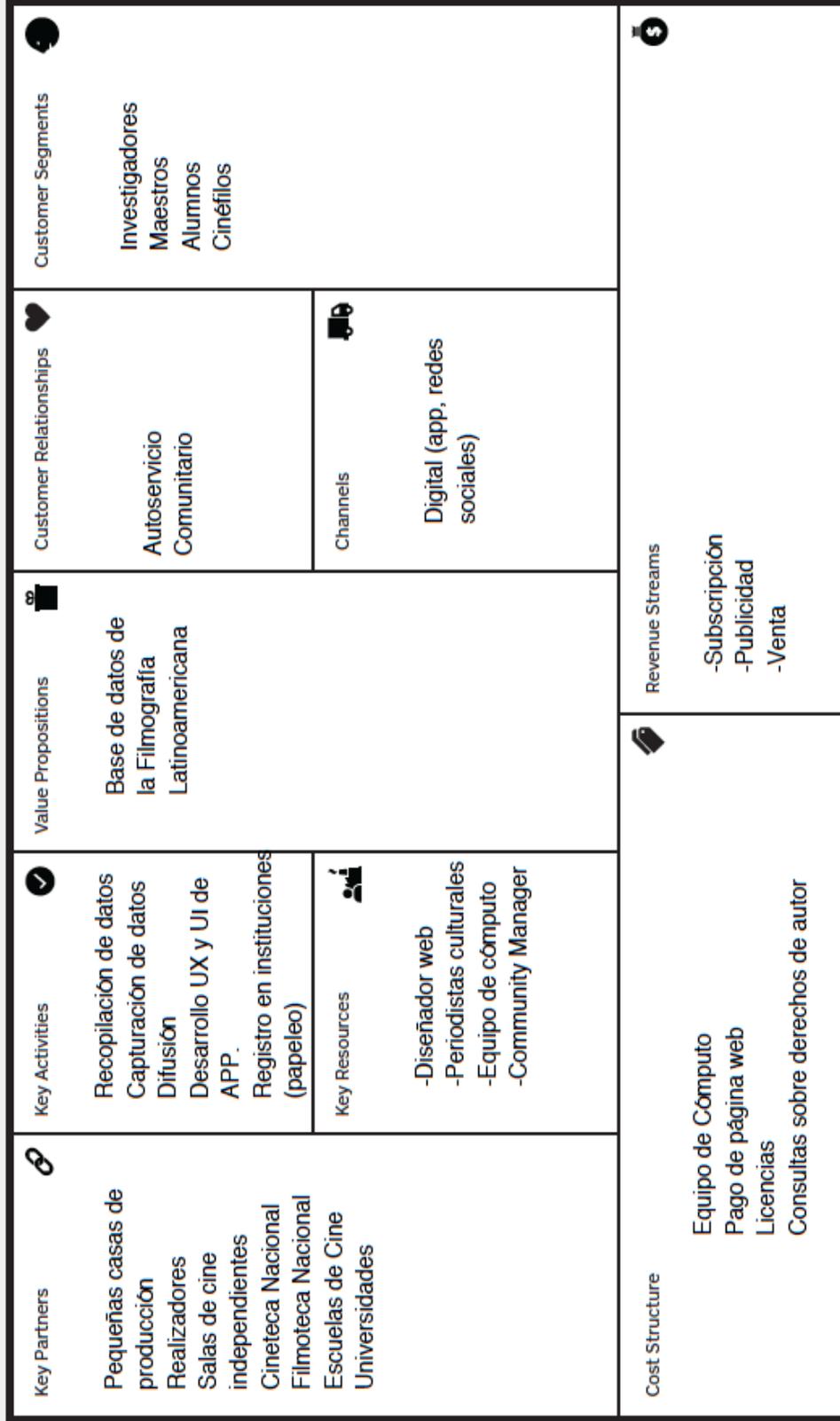
# The Business Model Canvas

Designed for: **Cineapp**

Designed by: **Pamela Mejía Sánchez**

Date: **23-03-21**

Version: **7**

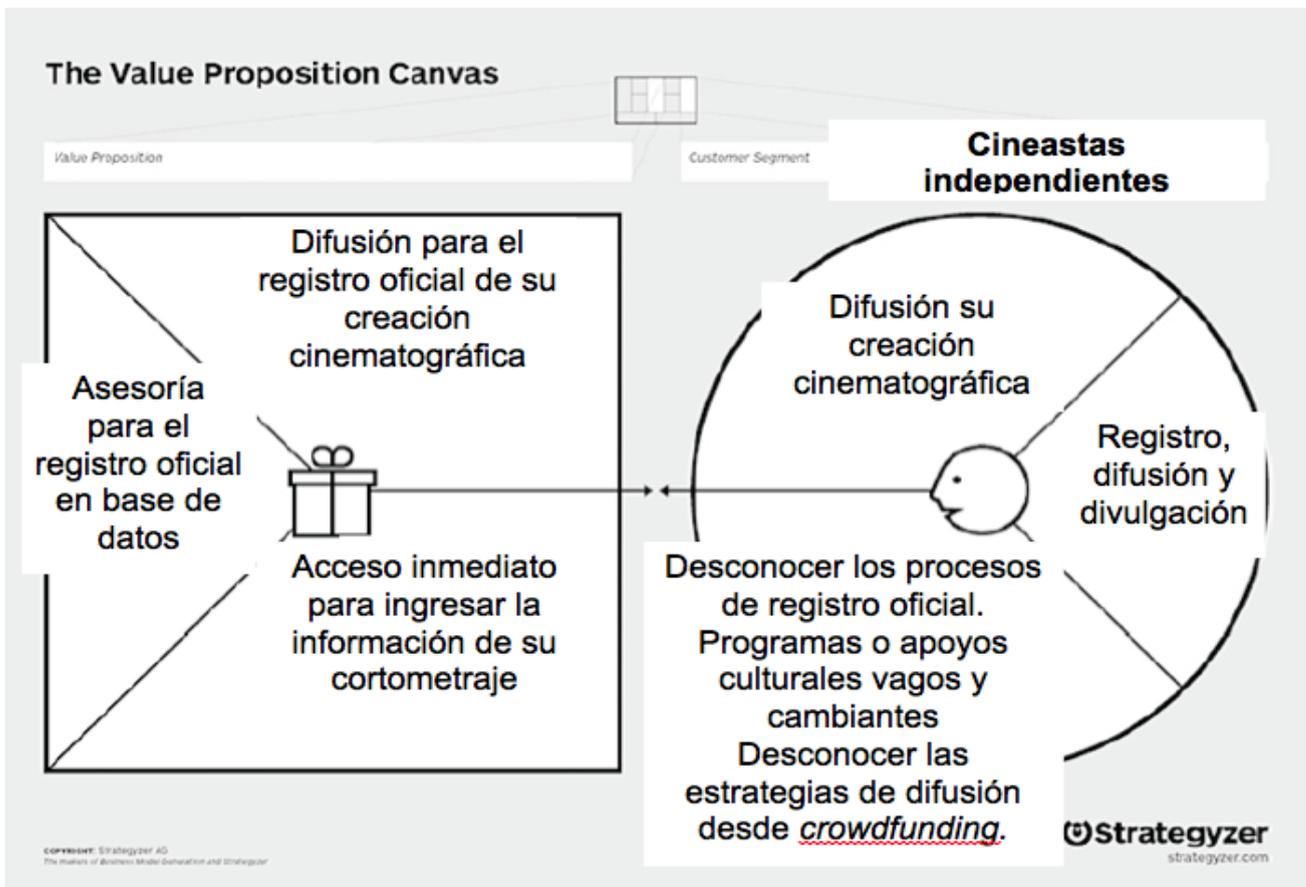


1. **Segmentos del mercado:** como puede observarse aquí se ha proyectado que el consumidor conveniente está en el área académica: los investigadores, maestros y alumnos, que hacen uso del cine como herramienta educativa, objeto de estudio o se ven involucrados de alguna manera con la industria del cine. Por ejemplo: un investigador tiene como tema principal “la representación de la identidad latinoamericana en el cine mexicano” por lo cual intentará tener acceso a los artículos o material audiovisual con el que pueda llevar a cabo su investigación. Así que en este sector se define a los académicos como el *público* con el que se quiere trabajar para potenciar el consumo y el intercambio de conocimientos sobre el cine latinoamericano ya que son los que más consumen este tipo de cine. Como el caso que se mencionó anteriormente (página 13)
2. **Propuesta de valor:** en el caso de este proyecto el valor radica en la información y la comunidad. A través de la base de datos se busca implementar un sistema que permita a los diferentes usuarios conocer sobre los proyectos cinematográficos que otros cineastas independientes están realizando. Además la aplicación permitirá que personas que aspiran a estudiar cine conozcan los proyectos en los que podrían participar.
3. **Canales:** Su principal y único *canal* será digital, primeramente a través de una aplicación móvil y después en la creación de cuentas en redes sociales para su difusión.
4. **Relación con el cliente:** la base de datos trabajará al principio como un servicio de búsqueda y conforme los avances de investigación será como autoservicio. En caso de encontrar alguna dificultad, podrá comunicarse con los realizadores del proyecto o la comunidad.
5. **Fuentes de Ingreso:** se plantea preparar un “proyecto autosostenible”, por lo que se puede generar ingresos a través de tres diferentes *fuentes de ingreso*: suscripción, noticias-publicidad de revistas o editoriales enfocadas en el cine, o venta de productos que estén dentro del campo de interés. En el caso de las suscripciones se plantean diferentes niveles: *freemium* (libre) y diferentes paquetes (*premium*); en cada una se pondrá una cuota diferente, ya sea anual o trimestral para la construcción y mantenimiento de la base de datos y la app, pero esto se explicará a detalle más adelante. Esto será detallado en la página 26.
6. **Actividades clave:** la recopilación, captura y evaluación de la información, ya que esto compondrá a la base de datos. También el diseño de la aplicación tiene que ser amigable con el usuario, por lo que el desarrollo UX y UI es esencial para esto. Por último, también facilitaremos el proceso para el registro oficial (o validación) de las instituciones gubernamentales a cargo.
7. **Recursos clave:** se basa en el conocimiento de cada área para la realización del proyecto, como lo es el especialista en derechos de autor, redactores, mercadólogos,

entre otros. También se necesita un espacio físico adaptado con equipo de cómputo para la coordinación de tareas.

8. **Asociaciones clave:** se han enlistado instituciones y comunidades que tengan como objetivo dar a conocer y consumir el contenido que tenemos acerca del cine latinoamericano. Este caso puede tratarse como una fidelización de clientes<sup>8</sup>, es decir, en un futuro la base de datos puede asociarse con el plan de distribución de las películas para que los clientes puedan acceder al material fílmico.
9. **Estructuras de coste:** el planteamiento se encuentra en la creación de la aplicación móvil, la página web, el equipo de cómputo y las licencias. Éstas últimas se refieren a las licencias de programas necesarios para el diseño de la página de aterrizaje y la aplicación.

### 2.3.7 Primer bosquejo de la Propuesta de valor.<sup>9</sup>



<sup>8</sup> Estrategia de mercadotecnia en la que se crean lazos de beneficio entre el cliente y el creador del producto.

<sup>9</sup> Debo recalcar que esto solamente es el bosquejo de un solo sector, por lo que este estudio debe realizarse con todos los sectores que se verían cubiertos por la aplicación móvil y así se harían los ajustes apropiados a la propuesta de valor.

En este caso el lienzo de valor está dirigido especialmente para los cineastas independientes.

**Productos-Servicios:** la base de datos especializada en el cine latinoamericano, que brinda información básica y complementaria con respecto a los filmes locales. Puede difundir su obra cinematográfica y al mismo tiempo registrarla

**Creadores de Beneficios y Logros:** la disposición eficiente de una aplicación móvil para encontrar información que el público como los investigadores o estudiantes necesitan. También puede haber colaboración con otros *prosumidores*.

**Aliviadores de dolor:** Información adecuada acompañada de artículos periodísticos y académicos que tratan los temas del cine local. Además de contar con una comunidad a la que le interesa de la misma manera el cine latinoamericano y forma parte de la creación del mismo.

**Beneficios:** en este caso el estudiante busca difundir su obra y espera buscar una comunidad que aporte a los proyectos relacionados con el cine.

**Disgustos-Dolores:** no hay una base de datos que registre sus proyectos que usualmente son realizados de manera independiente. Usualmente solo son reconocidos los que son realizados con apoyo institucional.

**Tareas del Cliente:** Divulgación o difusión de su obra para generar ingresos o comunicar. Asimismo para quedar en la posteridad necesita registrarlo.

### 2.3.8 Criterios y lineamientos de registro

En primer aspecto, debemos aclarar por qué el concepto de hispanoamérica no es factible para este proyecto. Cuando hablamos de hispanoamérica se hace exclusión de países y culturas de habla no española. Lo cual sería inconveniente si contamos con el cine comunitario de poblaciones nativas (cine indígena) y casos como el de Brasil que es uno de los tres principales productores de películas en Sudamérica. Así que para incluir a estos grupos es necesario hablar de Latinoamérica.

Ahora, los criterios estarán delimitados por la producción pues es la que determina los ingresos en la industria cinematográfica. Si bien consta de tres principales

etapas (preproducción, rodaje y postproducción) hay varios actores involucrados en cada una de ellas que generan un sistema de costos y ganancias. Es por esta razón que debemos asegurarnos que el sistema de producción tienda a estar a favor de la economía local de América Latina y de los intereses de la expresión local. En otras palabras, todo lo que se contenga en la plataforma deberá ser producido por un país perteneciente al espacio determinado como Latinoamérica. Dado el caso de una coproducción y uno de los involucrados resulte estar fuera del territorio latinoamericano, seguirán siendo considerados. Como ejemplo tenemos: *Buenos días Ramón* (2013), resultado de una coproducción entre Twentieth Century Fox y Beanca Films con el apoyo del programa de financiamiento de IMCINE. Asimismo, *La carga* (2016) resultado de una coproducción entre Esfera Films de México y Astronauta Producciones de España. Estas dos producciones, al estar a favor de la economía local estarán consideradas

Asimismo, en el caso de que la producción solamente haya sido por parte de una casa de producción en el extranjero pero el contenido es representativo de la identidad local en Latinoamérica, se hará un registro y evaluación previa para poder determinar si es conveniente su registro dentro de los límites regionales en los que la base de datos se especializa. Para estos aspectos es necesario la cooperación entre cineastas y el público local.

### **2.3.9. Aspectos técnicos de la base de datos y la aplicación móvil**

Para la elaboración de la base de datos tendremos que plantear dos opciones de acceso: una página y una aplicación. La página web sería principalmente una *landing page*<sup>10</sup> que brindaría información acerca del proyecto, el trabajo de cada uno de los miembros del grupo y nuestras políticas. Por otro lado, se desarrollará la aplicación por el aumento del uso de teléfonos inteligentes, esto permitirá el acceso a los usuarios de manera directa y práctica. La aplicación se implementará principalmente por las redes sociales. Asimismo se desarrollarán los aspectos de UI y UX en los sistemas operativos más comunes de los dispositivos móviles: Android e iOS.

Para desarrollar el UX y UI de la aplicación debemos pensar en dos principales actores. Los principales serían los colaboradores, para complementar el trabajo de los usuarios de la base de datos con la información especializada en cine latinoamericano, y los consultores, aquellos usuarios que están en búsqueda de contenido específico del

---

<sup>10</sup> Su traducción literal al español es “página de aterrizaje”. Su función principal es que los usuarios conozcan más acerca del servicio o producto propuesto por la aplicación. Además de facilitar su descarga y su uso.

cine local en Latinoamérica. Así que para los contribuyentes exteriores se diseñará una plantilla con opción múltiple y espacios en blanco para que puedan vaciar la información requerida por la plataforma. Posteriormente los investigadores y periodistas culturales podrán comenzar con la investigación necesaria sobre la película. Esta información será investigada por el grupo de creación de la base de datos y evaluada por diferentes personas involucradas en el cine de manera independiente. En el caso de los consultores se considera planear una estructura que les invite a estar involucrados continuamente en la aplicación, presentando la información de la manera adecuada para que accedan al contenido que desean en el menor tiempo posible.

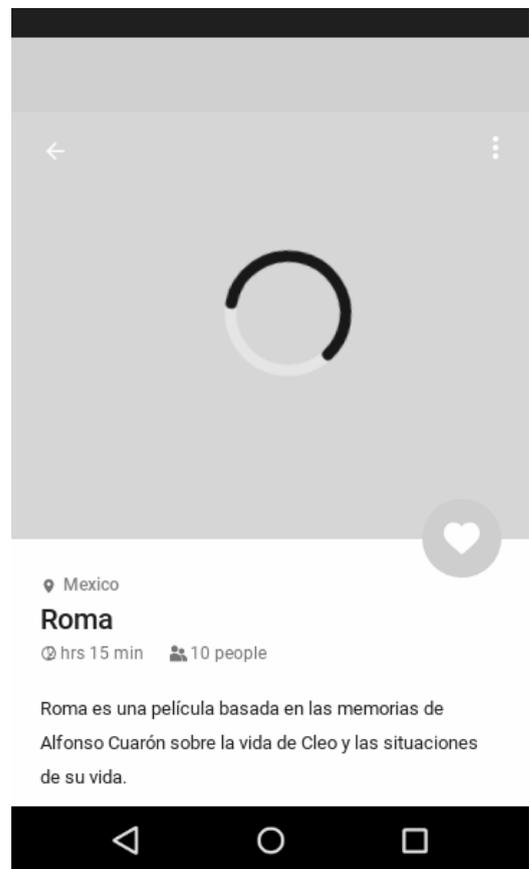
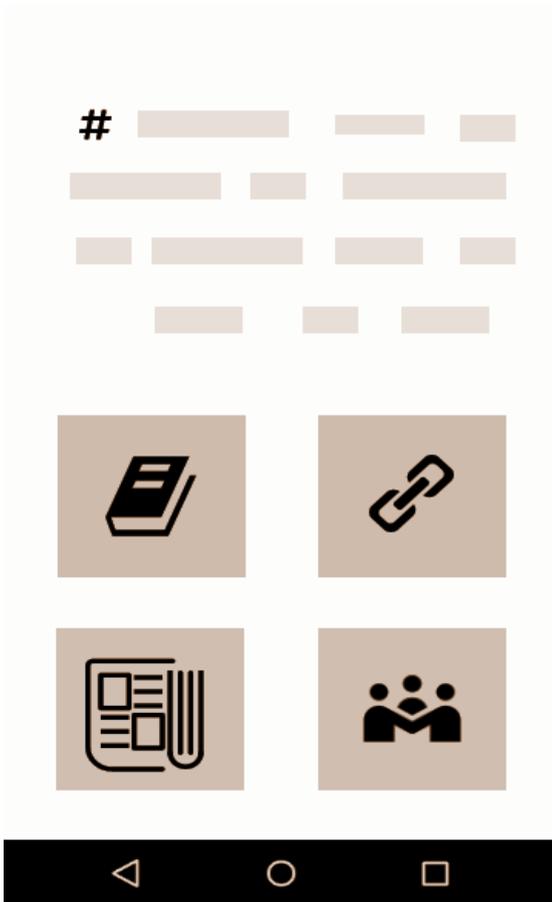
A continuación veremos algunos ejemplos de la UI aplicada a la aplicación móvil:

En esta primera imagen nos encontramos con la opción de crear una cuenta para acceder a la aplicación. Ya sea desde la asociación de una cuenta de facebook, google o de correo.



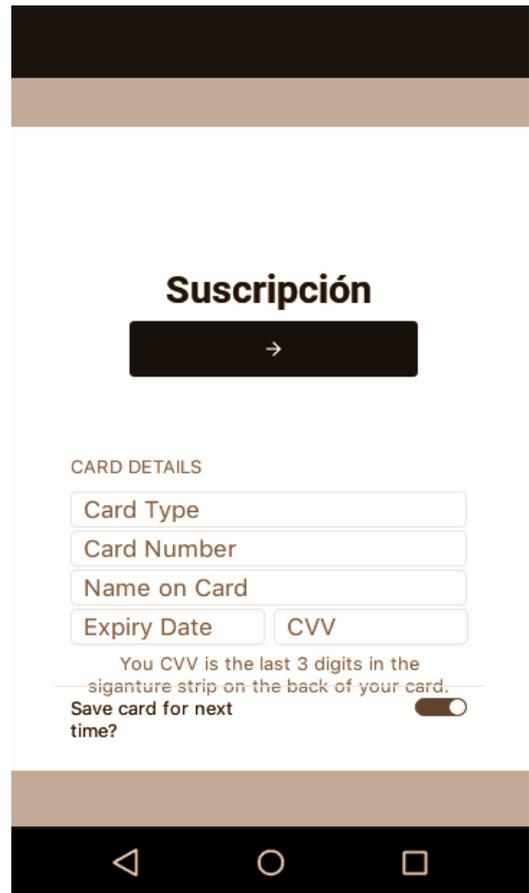
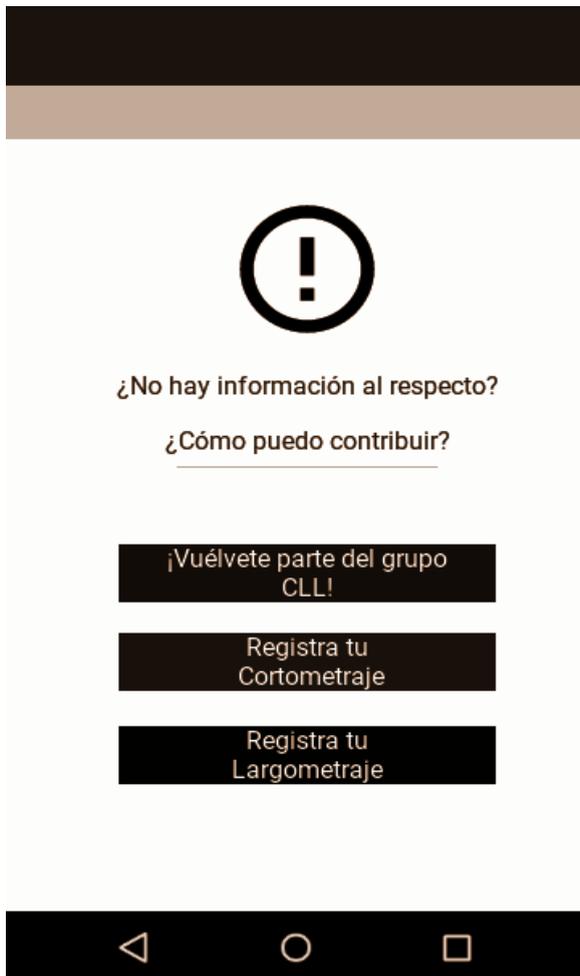
Después nos encontramos con el buscador que nos permitirá vaciar los datos para encontrar la información.

Al buscar la película por título el buscador arroja las opciones. En las siguientes imágenes se puede observar que el usuario buscó información sobre la película *Roma*.



Después de una una sinopsis, se encuentra una serie de etiquetas sobre los temas que se tratan en la película. Además se ven las diferentes fuentes de información que tratan del tema: libros, enlaces, artículos y la opción de conversar con la comunidad sobre la película (cineclub).

Después de usar el buscador se dará la opción de suscripción. En el caso de suscripción freemium solamente se podrá usar el buscador 5 veces en 24 horas para invitar al usuario a suscribirse. Asimismo, se darán varias opciones para que el usuario acceda más de 5 veces al buscador (encuestas, involucramiento, etc.) En el caso de una suscripción premium, el usuario podrá acceder a información complementaria de manera ilimitada a través de una cuota mensual o anual.



En caso de que no se encuentre información invitaremos a los usuarios a colaborar con nosotros. Después se harán las investigaciones pertinentes para valorar el contenido de la película.

### 2.3.9 Recopilación y organización de contenido

La información se organizará en una ficha basada en los catálogos digitales de *Library Congress* y el Instituto Mora. Los dos cuentan con un buscador general con diferentes opciones de filtro y una estructura sencilla para las fichas de información. El Instituto Mora tiene nos brinda una plataforma con información detallada sobre los filmes como el de *Lorena, la de pies ligeros* (2019), la cual no se encuentra en los anuarios de IMCINE actualmente. Sin embargo, no se concentra de manera principal en las producciones latinoamericanas ya que incluye producciones internacionales que se involucran en temas sociales a nivel internacional. En otras palabras, se concentra en las problemáticas sociales a nivel internacional pero no en a través del cine latinoamericano exclusivamente. Un ejemplo es la película producida en Estados Unidos: *Una revolución en toda regla* (2018). Además, como había mencionado anteriormente la principal función será a través de una aplicación móvil que le dará acceso a esta información de manera directa y eficiente para el investigador o cinéfilo.

La ficha resulta ser parte de un diseño amigable y eficiente, además de que incluye la información que necesitamos en los registros, para que el usuario consulte la aplicación.<sup>11</sup>

Primero, en el **caso B** especialmente, la fase de *startup* se pedirá la aportación económica a cambio de diferentes oportunidades de acceso, descuentos en los futuros elementos desarrollados en la aplicación y colecciones de películas con diferentes filmes independientes en formato DVD al igual que otros elementos.

En el **Caso A** y **Caso B** el acceso a la comunidad y otros elementos se dividirá para las cuentas *freemium* (libre) y *premium* (suscripción). Como se mostrará a continuación.

Cuenta freemium	
Título	Nombre de la película.
Fecha de estreno	Día, lugar o plataforma en la que se proyectó.

<sup>11</sup> Como se había mencionado en el primer bosquejo del lienzo del modelo de negocios se plantea una estructura que permita un negocio autosostenible, es decir, que genere ingresos que permitan seguir adelante a la base de datos.

<u>Medio</u> de estreno	Proyección en salas de cine o en plataforma digital
Director(es)	Nombre(s) de director(es) de la película
Actor(es)	Nombre de los protagonistas y secundarios.
Duración	Horas y minutos del filme.
Género Fílmico	Especificar si es de terror, suspenso, acción, romance, etc.
Sinopsis	Un breve resumen de la película sin evidenciar el desarrollo de la historia.
Disponibilidad o condición de acceso*	En este sector se diferenciará entre su presencia en línea o física.
Etiquetas	En este sector se generarán etiquetas con las que puede estar relacionado el tema.
Comentarios	Los usuarios podrán comentar acerca de la película y los temas que toca.

En la cuenta freemium solo se podrán desbloquear otros elementos de manera ocasional. Cada vez que las personas quieran realizar una consulta después de 5 intentos se les pedirá compartir con sus amigos la aplicación o difundirlo en redes sociales.

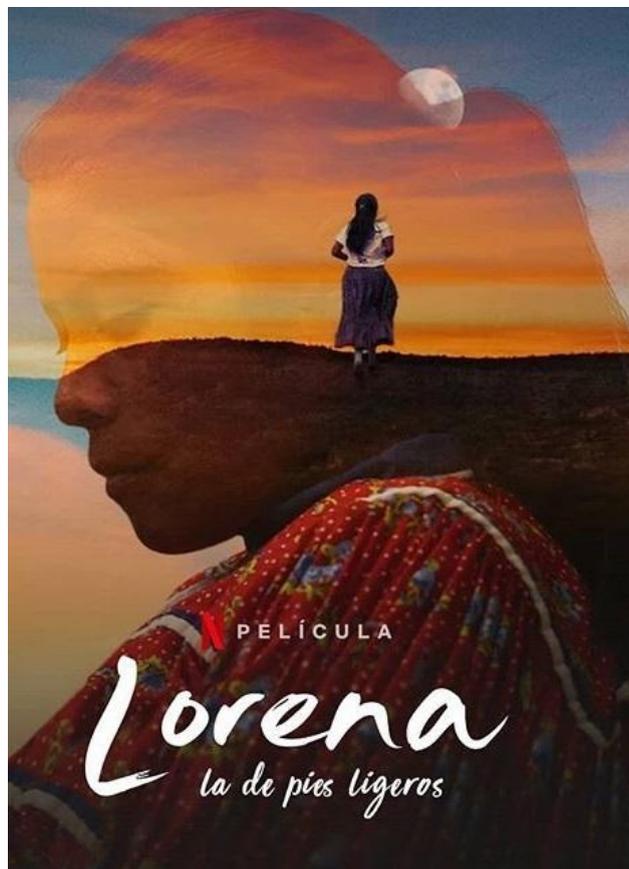
En el caso de la cuenta *premium* se contará con elementos especiales, enlaces de: libros, textos, páginas o archivos que complementen la información sobre el filme, acceso a la comunidad para tener la oportunidad de vender, prestar servicios y presentar perfiles profesionales (C.V.). Al igual que si opta por una suscripción anual podrá obtener una colección de películas latinoamericanas independientes.

<b>Cuenta Premium</b>	
Título	Nombre de la película.

Fecha de estreno	Día, lugar o plataforma en la que se proyectó.
<u>Medio</u> de estreno	Proyección en salas de cine o en plataforma digital
Director(es)	Nombre(d) de director(es) de la película
Actor(es)	Nombre de los protagonistas y secundarios.
Duración	Horas y minutos del filme.
Género Fílmico	Especificar si es de terror, suspenso, acción, romance, etc.
Sinopsis	Un breve resumen de la película sin evidenciar el desarrollo de la historia.
Disponibilidad o condición de acceso	En este sector se diferenciará entre su presencia en línea o física.
Formato en línea	Este sector se dividirá en video, texto en línea, imagen y página web.
Eventos	Festivales nacionales o internacionales en los que se proyectó.
Otras fuentes	El usuario podrá conocer otros recursos con los que puede expandir su investigación.
Contribuyentes	El nombre de las personas, institución u organización que brindaron la información a la base de datos. (contactos)
Etiquetas	En este sector se generarán etiquetas con las que puede estar relacionado el tema.

Recursos para expertos	En este sector el usuario tendrá la posibilidad de acceder a información especializada en materia del cine o temas que son tratados por la película.
Comentarios	Los usuarios podrán comentar acerca de la película y los temas que toca.

Un ejemplo de registro sería el siguiente:



Cuenta Premium	
Título	Lorena la de pies ligeros
Fecha de estreno	20 de Noviembre de 2019.
<u>Medio</u> de estreno	Netflix

Director(es)	Juan Carlos Rulfo
Actor(es)	Lorena Ramirez
Duración	28 min. 20 seg.
Género Fílmico	Documental, Independiente
Sinopsis	Lorena Ramirez comparte su vida como mujer rarámuri y corredora de ultramaratones.
Disponibilidad o condición de acceso	Actualmente se encuentra en la plataforma Netflix. DVD no disponible.
Formato en línea	<a href="https://www.netflix.com/watch/80244683?trackId=13752289&amp;tctx=0%2C0%2Caa7f7695-cca3-4f88-bdb4-5a826a8faeaf-15054569%2Cecc816c7485ce54a43e8e5b9cb333b224680777d%3A87f3c97edaefc8869f081a4bd6269ea5971bc989%2C%2C">https://www.netflix.com/watch/80244683?trackId=13752289&amp;tctx=0%2C0%2Caa7f7695-cca3-4f88-bdb4-5a826a8faeaf-15054569%2Cecc816c7485ce54a43e8e5b9cb333b224680777d%3A87f3c97edaefc8869f081a4bd6269ea5971bc989%2C%2C</a>
Eventos	Festival Internacional de Cine de Morelia de 2019
Otras fuentes	Netflix, sundance film, no ficción.
Contribuyentes	Pamela Mejía Sánchez, <a href="http://noficción.mx/storage/uploads/projects/presskits/lorena-light-footed-woman_1570762042.pdf">http://noficción.mx/storage/uploads/projects/presskits/lorena-light-footed-woman_1570762042.pdf</a>
Etiquetas	maratón, atletismo, deporte, rarámuri, corredora.
Recursos para expertos	<a href="http://www.scielo.org.mx/pdf/desacatos/n12/n12a10.pdf">http://www.scielo.org.mx/pdf/desacatos/n12/n12a10.pdf</a>

	<a href="https://www.redalyc.org/pdf/747/74791713.pdf">https://www.redalyc.org/pdf/747/74791713.pdf</a>
Comentarios	“El filme será corto, pero es larga en la inspiración que contiene su cinematografía de manera impresionante” - John Serba.

### 2.3.10. Otras funciones: distribución, venta y apoyo

La mayoría de los cinéfilos quieren encontrar el material audiovisual en presentación física para completar una colección, así que se plantea que la plataforma de pie a la distribución y venta del material audiovisual en DVD. Podrían presentarse dos casos:

1. en el caso de que se halle a un realizador independiente y que desee que su material se distribuya físicamente, la app puede facilitarle la tarea de contactar con el coleccionista que la pidió. La app incluso puede ayudarle a diseñar y crear una versión DVD en físico con una contratación de servicios.
2. En el caso de tener comprometida la distribución del material se puede hacer un acuerdo con la agencia que está manejando el material físico para su publicidad y contar como un centro de distribución.

## 2.4 Recursos

### 2.4.1. Financiamiento

Se implementará la metodología de una *start up* o emprendimiento de un negocio. El financiamiento de una *startup* puede consistir desde préstamos bancarios, *crowdfunding*<sup>12</sup>, la generación de ingresos propios, entre otros. Sin embargo, para este proyecto se plantean 2 opciones de partida: **Caso A y Caso B.**

### Caso A y Caso B.

---

<sup>12</sup> El término *crowdfunding*, a veces llamado micromecenazgo, consiste en el apoyo económico a través de donaciones de personas que creen en los objetivos del proyecto. Usualmente, los contribuidores obtienen una recompensa por parte de los creadores del proyecto.

Para este proyecto considera que el financiamiento puede provenir de instituciones gubernamentales o privadas, este sería el **caso A**. Sin embargo, no se busca depender completamente de las mismas, por lo que también es conveniente comenzar desde una colaboración de individuos que estén interesados en el tema de registro y divulgación digital del cine latinoamericano de manera independiente en una primera fase. Éste último sería el **caso B** en el que se desarrollará la creación de un sistema para generar ingresos a través de patrocinadores que deseen tener publicidad o vender sus artículos relacionados con el cine. Por ejemplo, hacer un acuerdo de publicidad con diferentes universidades o escuelas de cine en la Ciudad de México. Asimismo, se planea generar un sistema de suscripción, con el que se pagará el acceso a otros servicios. Para este último aspecto se realizarán estudios de mercado previos para adaptarse a las peticiones de los usuarios más frecuentes.

#### **2.4.2. Tiempo**

##### **Caso A.**

Este proyecto resulta viable a mediano plazo. Se considera que será desarrollado a lo largo de 6-8 meses, es decir, se proyecta llegar a un punto clave en este periodo de tiempo, mientras se realizan las tareas correspondientes. Esto se tratará de manera detallada en el cronograma correspondiente. Entre los puntos clave clave es haber recabado y registrado el mayor número de películas latinoamericanas para que los usuarios puedan comenzar a utilizar la aplicación móvil.

##### **Caso B**

Este proyecto resulta viable a largo plazo. Se considera que será desarrollado a lo largo de 1-2 años en adelante, es decir, se proyecta llegar a un punto clave en la recolección de información y difusión este periodo de tiempo, mientras se realizan las tareas correspondientes. Esto se tratará de manera detallada en el cronograma correspondiente.

#### **2.4.3 Cronograma**

Independiente a los casos A y B, el proyecto plantea dos fases. La **Fase 1** se realizará primeramente con los estudiantes, aspirantes, académicos, investigadores o

personas que se encuentren envueltas de alguna manera en el cine latinoamericano. En la **Fase 2** se dedicará a estudiar otros mercados potenciales para la aplicación móvil.

Caso A	CRONOGRAMA							
	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8
Reclutamiento	■	■						
Obtención de Recursos Materiales	■	■						
Estudio de Mercado		■	■	■	■	■	■	■
Prototipo			■	■	■	■		
Recolección de información (filmes)	■	■	■	■	■	■	■	■
Difusión en Redes		■	■	■	■	■	■	■
Programación		■	■	■	■	■	■	■
UX y UI (Plantillas, fotos, etc)		■	■	■	■	■	■	■
Mantenimiento y Ajustes						■	■	■
Evaluación		■	■	■	■	■	■	■

## Caso A

### Reclutamiento

Esta actividad se realizará en las primeras semanas del primer mes en la implementación del proyecto. Esta tarea será realizada por el líder de proyecto.

### Recursos materiales.

Conforme al presupuesto de los inversores se rentará un espacio que permita una buena comunicación y fluidez del trabajo. Al igual que se adquirirá el equipo de cómputo y materiales de oficina.

### Estudio de Mercado y prototipos.

Para ver la viabilidad del proyecto se realizarán varios experimentos previos para observar la interacción entre la propuesta de valor y el público. Conforme a los resultados se harán los ajustes necesarios. Esta tarea en el **caso A** será realizada por un social media manager, community manager o mercadólogo. Los prototipos consisten en experimentos más controlados en los que se verá la interacción de los usuarios con la aplicación móvil. Esta tarea será realizada al igual que

### **Recolección de datos y difusión en redes.**

Las actividades que se harán de manera constante será la recolección de datos y la difusión en redes sociales ya que la base de datos será construida por éstas dos.

La primera se concentrará en la recolección de información y el análisis de datos sobre las producciones de cine latinoamericanas. Esta tarea será realizada por los periodistas culturales, redactores o investigadores en el área de archivo y registro. Asimismo, la difusión en redes sociales se podrán crear ingresos de publicidad y se harán estudios del público. Esta tarea será realizada por el social media manager o el community manager.

### **Programación, mantenimiento y ajustes.**

La programación y el diseño de la aplicación se harán conforme a las necesidades esenciales de una base de datos y los usuarios del público segmentado. En el caso de la programación, mantenimiento y ajustes, estos se harán a partir de los prototipos, evaluaciones y estudios de mercado , se harán de manera periódica y los reportes se realizarán cada mes después de las primeras pruebas. Además se encargará de la creación de backend<sup>13</sup> para que los periodistas culturales o redactores puedan vaciar la información de manera fácil y rápida. Asimismo, se harán mejoras cada año con observaciones de los usuarios conforme a la retroalimentación de los mercadólogos y la funcionalidad según las evaluaciones del diseñador UX. Estas tareas serán realizadas por el programador.

### **Evaluación**

Se analizará la situación general de la base de datos a través de juntas periódicas. En cada junta las diferentes áreas reportará los avances y se crearán minutas para poder tener referencia de los avances. Asimismo en el área de evaluaciones se recurrirá a expertos en **derechos de autor** para poder entender la viabilidad del proyecto en temas de difusión y divulgación.

---

<sup>13</sup>Se refiere a las estrategias y técnicas a las que recurre un desarrollador web para poder ajustar la página a las necesidades del usuario.

Caso B	CRONOGRAMA																							
Actividad	Mes 1			Mes 2			Mes 3			Mes 4			Mes 5			Mes 6			Mes 7			Mes 8		
Reclutamiento	█	█	█																					
Obtención de Recursos Materiales		█	█		█	█		█	█		█	█		█	█		█	█		█	█		█	
Estudio de Mercado		█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	
Prototipo				█		█		█		█		█		█		█		█		█		█		
Recolección de información (filmes)	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	
Difusión en Redes	█		█		█		█		█		█		█		█		█		█		█		█	
Programación (Informática)		█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	
UX y UI (Plantillas, fotos, etc)			█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	
Mantenimiento y Ajustes																	█	█		█	█		█	
Evaluación			█		█		█		█		█		█		█		█		█		█		█	

## Caso B

### Reclutamiento y Recursos materiales.

En el **caso B** se hará un reclutamiento a través de una convocatoria general en redes sociales. En la convocatoria se pedirá como requisito contar con el equipo necesario para poder realizar la investigación y realizar reuniones digitales de manera periódica. Esta tarea será realizada por el líder de proyecto.

### Estudio de Mercado.

Al igual que el caso anterior, se pondrá a prueba la viabilidad del proyecto a través de experimentos previos para observar la interacción entre la propuesta de valor y el público. Por ejemplo: la realización de una landpage (página de aterrizaje) donde se verá el interés de las personas por la plataforma y si están dispuestas a pagar una cuota por lo que propone.

La **Recolección de datos, prototipos, difusión en redes, programación, mantenimiento, ajustes y evaluación** se realizarán de la misma manera que en el **caso A**. Algunos factores dependen de la disponibilidad de personas experimentadas en el tema, como es el caso de programación.

## 2.4.4 Logística. Personal y herramientas

### a ) Recursos humanos

En el **caso A** se considera la posibilidad de ser financiados por una institución relacionada con los temas del cine local o una empresa privada. A partir de esto se plantean los diferentes perfiles que pueden completar cada una de las tareas. Por ejemplo: para la recolección de datos y el vacío de información se buscará a personas con el perfil de redactores, escritores o investigadores culturales. Asimismo, en caso de la construcción y mantenimiento de la aplicación móvil se buscará a personas con conocimientos en diseño UI y UX. En la difusión se buscará a personas que tengan conocimientos en redes sociales. En el caso de Derechos de Autor que pueden estar envueltos en este proyecto se buscará la asesoría de expertos en el tema.

La siguiente tabla es un resumen del personal necesario para comenzar el proyecto.

Personal	Tarea	Número de personas
Diseñador	Emplear estrategias Ux para la aplicación Móvil	1
Programador	Diseño UI, actualización y mantenimiento. Realización de Backend.	1
Mercadólogo / Community Manager	Manejo de redes sociales y segmentación de público.	2
Periodistas culturales o Redactores	investigación y redacción de fichas de información para la base de datos.	3
Consultor de derechos de autor /abogado	investigación y acuerdos con los realizadores para difundir contenido o su información, (en caso de que sean independientes)	1

### b) Recursos materiales

**Caso A**

Equipos de cómputo que estén habilitados con programas de diseño y programación. Como: Microsoft Office, Sublime (edición de código), Photoshop, InDesign, Illustrator, XD Adobe, licencias, entre otras.

**Caso B**

En caso de que el periodo de convocatoria esté comprometido por la limitación de recursos materiales y recursos financieros, se optará por crear un colectivo que se interese por el registro exclusivo del cine latinoamericano. El reclutamiento será a través de redes sociales y otros eventos.

### **3.Marco interpretativo**

*Convencidos* de la importancia fundamental de la protección del patrimonio cultural y de los intercambios culturales para promover la comprensión entre los pueblos y de la difusión de la cultura para el bienestar de la humanidad y el progreso de la civilización.

Convención sobre la Protección y Promoción  
de la Diversidad de las Expresiones Culturales

#### **La identidad, las identificaciones, la memoria y el registro.**

La identidad ha sido definida de varias maneras por historiadores, sociólogos y antropólogos, según la *Guía de conceptos sobre migraciones, racismo e interculturalidad* de Graciela Malgesini y Carlos Giménez, el concepto de identidad se ha usado de manera equivalente al concepto de identificación; sin embargo estos conceptos resaltan distintos factores: la identificación se concentra en el proceso de configuración de la identidad, mientras que el concepto de identidad es considerado como una condición fija en el ser humano. Asimismo, deben de considerarse los tipos de escalas que segmentan el concepto de identidad: personal y colectiva. La primera se basa en el análisis del individuo, como el antropólogo Reginald Byron plantea, la identidad se configura con los elementos que el individuo considera esenciales acerca de sí mismo y que le hace diferente a los demás. La segunda puede ser definida de la misma manera pero en una mayor escala, tomando en consideración los entornos sociales y culturales para su formación. En todo caso parece que estas ideas se complementan con el análisis de los antropólogos Berger y Thomas, pues en *La construcción social de la realidad* mencionan que las identificaciones y la identidad tienen una dialéctica que “se presenta en todo momento [desde que] el individuo se identifica con sus otros significantes, resulta ser por decirlo así: la particularización en la vida individual de la dialéctica general de la sociedad.” (Berger y Thomas citado por Malgesini, 2000, 236). En tal sentido debemos preguntarnos sobre la identidad latinoamericana, su existencia en el ámbito cinematográfico a nivel internacional, sus teorías y prácticas.

Ahora, retomando la dialéctica que se desarrolla entre identidad e identificación cabe mencionar que también se ve envuelta la memoria en diferentes escalas y ámbitos. Los historiadores se han dado a la tarea de analizar las fuentes y las construcciones del concepto “memoria”, pero para facilitar esta interpretación tomaré como base la definición de la Real Academia Española que define a la

memoria como una facultad psíquica que retiene y recuerda el pasado (RAE,2021). Esta definición parece centrarse de manera individual ya que resalta a la memoria como una habilidad intrínseca del ser humano. No obstante la memoria, al igual que la identidad, puede analizarse desde dos tipos de escalas: individual y colectiva. La memoria individual y colectiva también desarrollan una relación recíproca, pues como lo explica Maurice Halbwachs

“Nuestros recuerdos siguen siendo colectivos, y nos son recordados por otros, ya se trate de acontecimientos en los que sólo nosotros hemos estado implicados o bien de objetos que sólo nosotros hemos visto. Es que, en realidad, nunca estamos solos.No es necesario que otros hombres estén allí, que se distingan materialmente de nosotros, puesto que tenemos siempre con nosotros y en nosotros una cantidad de personas que no se confunden”

Maurice Hawlbachs menciona que hay una incertidumbre en los procesos e intercambios de la memoria individual y colectiva. Estas impresiones parecen modificarse cada vez que son relatadas o intercambiadas, por lo que hay necesidad de un referente (vestigio) en nuestra memoria y en la de los demás para poder afirmar o negar algún evento. Parece que la incertidumbre se asoma en la inexactitud de la memoria y comienza a presentarse una necesidad de reforzar los eventos, en otras palabras, se necesita un registro.

La necesidad del registro según Idalia García Aguilar proviene de una visión occidental, la cual busca la preservación y el registro de los eventos que han definido las decisiones de un país para apropiarse de su pasado y asegurarse de su futuro (García, 2002,1). Esta perspectiva se refuerza con la Primera y Segunda Guerra Mundial, pues se desarrollaron medidas para difundir los eventos que las causaron para no volverlas a repetir. Esto parece haber dado pie a la implementación de medidas de preservación por parte del Estado para implementar proyectos que resguarden el patrimonio cultural de la nación. Sin embargo, veremos que la reconstrucción del pasado es diferente en América Latina y también la preservación de las expresiones culturales como el cine.

Ahora, el caso de América Latina es particular ya que su memoria, identidad y registro han sido planteados y modificados para crear un sentimiento de pertenencia en individuos que al parecer no tienen nada común, el origen en sí es desconocido. Dado que la falta de acceso al pasado por la destrucción en las conquistas europeas comenzó a crearse una identidad de de lo “común” con la

implementación de ideas sobre la raza, la tradición y la costumbre a través de la escritura, la música, la pintura y el cine por parte de las instituciones gubernamentales. Por lo que todos estos procesos que configuran la identidad se ven reflejados en las artes, en otras palabras estaríamos hablando de las expresiones culturales. Las expresiones culturales (ya veremos más adelante el uso de este término) han estado cambiando de formato continuamente gracias a los avances tecnológicos. Actualmente podemos tener acceso a cualquier información gracias al internet y a las redes sociales. Asimismo, veremos que las perspectivas y conceptualizaciones de cada uno de los términos de conservación le dan una difusión diferente a las expresiones culturales, especialmente el cine.

En el Diccionario de Estudios Culturales Latinoamericanos plantea que los medios audiovisuales tienen un papel importante en este proceso, pues las industrias audiovisuales “juegan en el terreno estratégico de las imágenes que de sí mismos se hacen estos pueblos y con las que se hacen conocer ante los demás” (Szurmuk et al, 2009, 171). Entendiendo que las industrias de los medios audiovisuales tienen un papel importante en la identidad Latinoamericana podremos entender que el cine es uno de los sectores que debe analizarse y para eso debe difundirse-divulgarse. El investigador Michel Clarembeaux Lieja refuerza esta importancia en la relación entre el cine y la memoria, ya que concibe al cine como el arte de avocar a la memoria tanto colectiva como individual. La memoria puede ser reconstruida desde un registro, en este caso el cine trabaja como el registro. La habilidad del cine para registrar forma parte de un proceso de comunicación e identificación en todos sus aspectos: desde la historia que cuenta y los procesos por los que atravesó al contarla. Así, el cine pasa de solo ser un conjunto de imágenes en movimiento a una idea que se plasma, registra, estructura, replantea, configura o cuestiona la identidad (individual o colectiva). Es por eso, entre otros factores, que los historiadores y cinéfilos se han dado a la tarea de registrar las creaciones cinematográficas icónicas para que las futuras generaciones puedan identificarse y tal vez encontrar una nueva perspectiva acerca de temas que rodean a Latinoamérica hoy en día.

Por otro lado, el registro del cine en sí tiene varias incógnitas en su práctica no solo porque viene acompañado de otros conceptos como divulgación, difusión, ámbitos patrimoniales y de derechos de autor, sino por la falta de importancia que se le da al acto de registrar. Asimismo, la tarea de resguardo y validación parece ser realizada solamente por las instituciones gubernamentales, un proceso que para muchos fuera de éstas es desconocido. Por lo tanto, muchas creaciones cinematográficas independientes no llegan a ser conocidas en los registros institucionales; más adelante, veremos que este último factor será importante para la

conformación de una identidad latinoamericana, ya que en el mismo acceso al registro yace una validación de identidad implícita. Es por eso que es adecuado plantear el análisis interdisciplinario en este tema pues solamente desde varias perspectivas podremos entender la gran importancia del poder y el derecho que Latinoamérica ejerce sobre lo que expresa y registra en cada una de sus localidades a nivel nacional e internacional. En algunos casos se negará la existencia de un cine latinoamericano pero en caso de no existir por su falta de praxis y reconocimiento a nivel América Latina, como propone el historiador Lauro Zavala, podría hablarse de las posibles estrategias para hablar de la configuración de un cine latinoamericano a través del emprendimiento cultural y los intentos que se han implementado. Para esto podría servirnos la perspectiva antropológica visual.

La antropología visual estudia el concepto de la imagen y su relación con la identidad. La antropóloga Elisenda Ardévol a través de su libro *La búsqueda de una mirada* nos explica que “la identificación de una imagen depende siempre de una relación entre el sujeto y su percepción del mundo. Esta relación está culturalmente modelada y culturalmente racionalizada” (Ardévol, 245). En la mayoría de su análisis se refiere mayormente a la tarea del antropólogo y la fidelidad del registro antropológico del cine etnográfico. Aunque desde el análisis de la antropología visual Elisenda Ardévol se habla la problemática del cine como registro y a la fiabilidad del mismo, es importante tomar en cuenta que el registro del cine *en sí* también es de gran importancia, ya que a través del registro se desarrollan aspectos importantes como la identificación y la memoria. Como había mencionado anteriormente, la memoria y el registro tienen una relación recíproca en la construcción de la identidad, pues para que haya una configuración de la memoria debe darse el proceso de identificación a través de eventos históricos que lleven hacia la memoria y despierten el sentido de pertenencia. Esta idea parte mayormente de las regulaciones del Estado para la constitución del patrimonio cultural, ya que los elementos históricos son los que permiten configuran la identidad de una nación; es por eso que las instituciones gubernamentales se han dado a la tarea de preservar y difundir todo aquello que consideran un reflejo de los valores y costumbres locales. No obstante, esto suele pasar en los centros denominados “culturales” o “educación no formal” por las instituciones gubernamentales. De igual manera, la calidad de formato o el género<sup>14</sup> cinematográfico no debería resaltar su validez o importancia. Reconozco

---

<sup>14</sup> La investigadora explica a partir de la definición de Emilie Brigard que el cine etnográfico es todo aquel que revela patrones culturales, por lo que todas las películas podrían ser consideradas parte del cine etnográfico ya sea por su contenido, forma o por ambos; recalando más adelante que “algunas películas son más reveladoras que otras” (Ardévol, 141 p.p.). Del mismo modo en este proyecto se quiere entender que el cine latinoamericano

que algunos académicos estarían en contra de esto ya que cuando se habla de cine se evoca a una estética y la mayoría de las veces el formato forma parte de esta crítica. Cabe resaltar que la justificación del registro y la difusión no debe concentrarse en las ganancias monetarias que la película haya recabado o pueda recabar, sino por la configuración o perspectiva que evoca la identidad latinoamericana con todo y sus contradicciones. Solamente si se mantiene una perspectiva abierta a las diferentes interpretaciones de la realidad latinoamericana podría encontrarse el talento, la disposición y la necesidad del intercambio dentro del territorio latinoamericano.

### **3.1 El poder del registro: ¿difundir o divulgar?**

La palabra 'archivo' y 'registro' parecen trabajar como sinónimos, sin embargo señalan procesos distintos. El 'archivo' resalta el bien cultural o la expresión cultural como un objeto y la palabra 'registro' como un acto implícito en el proceso de conservación. El registro y el archivo son diferentes, pero pueden ser de gran utilidad pues ambos contienen datos que sirven de referencia para recibir información. Además tienen una relación estrecha pues su organización depende de una clasificación del conocimiento y nace de la necesidad de permanencia. En la terminología archivística suelen manifestarse diferencias entre las tareas que desempeña el registro con otros conceptos como: catalogación, inventario o bases de datos. Cada uno se diferencia por sus tareas con el archivo, pero quisiera resaltar un aspecto importante del registro y es la validación implícita por parte de las autoridades en las expresiones culturales. El poder del registro trae consigo una validación de la información independientemente de su soporte pues hay una institución gubernamental que lo compone y lo respalda. El ejemplo ya ha sido mencionado anteriormente con la película mexicana *Lorena, la de pies ligeros* pues la ausencia de su registro en los Anuarios de IMCINE depende de la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía. En otras palabras, para poder difundir el cine latinoamericano necesitamos reconocer que hay una validación en el registro y que es necesario para que las identidades locales puedan expresarse. Es por eso que, en el caso de este proyecto, el registro se plantea de manera independiente a los intereses de las instituciones gubernamentales sujetas al periodo de gobernación

---

no depende de un solo género, sino de todas las manifestaciones culturales que se presentan por parte del cine latinoamericano.

de cada país. El ámbito digital es el más adecuado ya que se hablaría más de registro y sus diferentes modelos de difusión.

Por otro lado, el registro usualmente va dirigido a un grupo específico que pueda interpretarlo. Igualmente podría hablarse de una documentación, el proceso de creación de un archivo u otros aspectos de la gestión del conocimiento. Otra tarea de los gestores culturales está relacionada con la gestión del conocimiento. El propósito principal de la gestión del conocimiento es la estructura adecuada que permita su acceso a todo tipo de usuarios. En el caso del cine mexicano es a partir del año 2010 podemos visualizar las estadísticas del cine mexicano en los Anuarios de IMCINE. No obstante hay dos desventajas al recurrir a este tipo de fuentes. La primera desventaja es la falta de practicidad pues la información que los anuarios digitales presentan es en formato PDF, cuando puede ser organizada en una base de datos digital o un buscador especializado para que sea de acceso a todos. La segunda, la escasa información sobre los proyectos cinematográficos independientes y la falta de interés por parte de las instituciones a crear estrategias para registrarlas. Hay necesidad de acceder a este tipo de información, pero no hay respuesta práctica que pueda ayudar a cubrirla. Es por eso que se ha pensado emprender un sistema de difusión eficiente para el cine local puede ayudar al intercambio de ideas sobre diferentes temas sociales que involucran a la identidad latinoamericana. Igualmente esto conviene para tratar las problemáticas que rodean al cine latinoamericano para proponer de manera creativa sus soluciones. Es por eso que sería ideal proponer la misma aplicación para las instituciones gubernamentales dedicadas al cine sin abandonar el valor identitario y de diversidad que la misma identidad local aporta a través de sus narrativas visuales.

Ahora, la importancia también yace en la difusión de tal registro digital. Por otra parte, la interpretación de las bases de datos tienen una relación estrecha en la diferenciación de la difusión y la divulgación. La palabra difusión a veces llega a ser tan fácil de usar que suele confundirse con el concepto de divulgación. Además sólo se hace mención de una divulgación desde una perspectiva de “ciencia dura” y puede que esto quiera ser excluido en las ciencias sociales y las humanidades para evitar la controversia de una “divulgación” de la cultura que ya nos es propia. Por otro lado, en el caso de la presentación hay muchas maneras de hacerlo, una de ellas es a través de la interpretación del registro. El Doctor Mario Gándara expone una idea interesante con el artículo de *¿Difundir o divulgar? He ahí el dilema* ya que pone de

ejemplo el caso de la Red Temática en Tecnologías Digitales para la difusión del patrimonio cultural (Red TDPC)<sup>15</sup> en los museos mexicanos y explica la importancia de los términos de difusión y divulgación en las diferentes estrategias para comunicarse con el público. Las instituciones, según Mario Gándara, suelen presentar un enfoque demasiado abierto y técnico para el visitante, lo cual no resulta amigable para el aprendizaje. Más adelante explica que la diferencia entre estos dos términos es lo que puede estar impidiendo conectar con el receptor. Esto quiere decir que se debe de hablar de un problema en las estrategias de comunicación más que de un problema de léxico (Gándara, 2016: 57-58)

En el ámbito museológico la comunicación se debe dividir en dos tipos: comunicación tipo 1 y comunicación tipo 2. La comunicación tipo 1 es la que se realiza entre los individuos de la propia disciplina y la comunicación de tipo 2 es la que se emplea en sitios que realmente no necesitan ser especializados.

Asimismo, el público debe ser dividido en función de estas estrategias de comunicación: el público 1 y el público 2. El público 1 está constituido por académicos de la misma disciplina que son motivados por la contribución que pueden hacer en su campo de estudio, y el público 2 es aquel que está compuesto por académicos o no académicos que disfrutan el aprendizaje sobre otro campo de estudio. (Gándara, 2013:59).

Es importante que los cuatro sean determinados desde un principio para responder a la necesidad del público que accede al espacio cultural. Entonces, la difusión trabaja con el tipo de comunicación 1 entre el público 1 y la divulgación con la comunicación 2 y el público 2. En otras palabras: la difusión trabaja solamente con un público que se especializa en el tema y la divulgación se trabaja con un público que (no necesariamente) desconoce los términos especiales.

El siguiente cuadro puede ayudarnos a aclarar estas ideas:

Difusión	Divulgación
Comunicación 1: conocimiento de términos y conceptos académicos previamente.	Comunicación 2: conocimiento de términos y conceptos de otro campo de estudios semejante o sin conocimiento previo.

<sup>15</sup> La Red TDPC se presenta a sí misma como “una red de trabajo interdisciplinario y multisectorial para generar buenas prácticas en la aplicación de tecnologías digitales a la difusión del patrimonio cultural”. Consultado por última vez el 22 de Febrero de 2020 en: <http://www.redtdpc.org/index.php?optionSelected=1>

<p><b>Público 1:</b>  cautivo por el aprendizaje (comprometido)  comprometido con la información y  producción de conocimiento.  Entiende los términos especiales por su  tradición académica. Reconoce la  relevancia del tema.</p>	<p><b>Público 2:</b>  no-cautivo (no comprometido)  comprometido a <b>disfrutar</b> del aprendizaje.  Necesita encontrar el tema relevante para  su vida o que sea un pasatiempo</p>
--	--

De acuerdo con Mario Gándara, es necesario el análisis del modelo de conservación en las estrategias de comunicación (en el caso del INAH y sus modelos de conservación). Estos cuatro elementos deben ser manejados de la manera correcta para generar una empatía con el público hacia el patrimonio o entonces no verá razón para preservarlo, es decir, debe de lograr una socialización de los valores patrimoniales. Hay cinco dimensiones importantes para comunicar los valores patrimoniales: el histórico, el simbólico, el estético, el científico (según el investigador el más difícil de ver y el económico el cual le interesa principalmente a los inversores). Al final, el investigador menciona la importancia del uso de las tecnologías para la facilitación del acceso a los elementos culturales. Los nuevos usos de las TIC tienen que emplearse sin descuidar las diferentes estrategias que la difusión y la divulgación ejercen.

A partir de las ideas anteriores, entenderemos cómo el concepto de expresión cultural permite el acceso a las instituciones, las industrias culturales y los emprendedores culturales. No obstante, percibir al cine como una expresión cultural implica tomar en cuenta las normativas de los creadores, por lo que incluye el tema de derechos de autor y la manera en que emplean el término de divulgación. Cabe resaltar que habrá variaciones en la implementación de estos derechos en cada país de Latinoamérica. Por ahora tomaremos como referencia el caso de México.

En el contexto de derechos de autor de la palabra divulgación se emplea de aspecto diferente al planteado por Mario Gándara. Según el abogado Ramón Obón García:

“La Ley Federal de Derecho de Autor, establece que los titulares de estos derechos podrán en todo tiempo determinar si su obra ha de ser divulgada y en qué forma. Asimismo, dicho cuerpo normativo define la divulgación como ‘el acto de hacer accesible una obra literaria y artística por cualquier medio al público por primera vez con lo cual deja de ser inédita’”

(Obón, 152: 2014)

En cierto modo, el concepto de divulgación descrito por los Derechos de Autor es demasiado abierto y parece coincidir con los dos conceptos que plantea Mario Gándara anteriormente, pero su contexto es diferente. Primero, las referencias de Mario Gándara pertenecen al sector educativo (museográfico) y los derechos de autor expuestos por Ramón Obón resaltan el factor económico del proceso, considerando que el director es quien puede aplicar los derechos morales sobre su creación (expresión), pero otras veces recae en los productores que pretenden obtener una recompensa económica de su inversión inicial para la creación de la película (industria). Aunque los creadores de tales obras suelen optar por dar a conocer su obra, los derechos de autor parecen contraponerse con el derecho a la expresión y la información expresados en los acuerdos internacionales. Así que Ramón Obón propone considerar el marco constitucional mexicano por un lado y por el otro los derechos internacionales (Obón, 232: 2014). En cierta medida esto ayuda a un proyecto de registro y difusión de las creaciones cinematográficas locales en Latinoamérica, pero principalmente a los desarrollados por las instituciones gubernamentales y no desde un emprendimiento cultural. Algo parecido a los problemas legales en la distribución de los primeros años de Netflix.

Igualmente su difusión dependerá en mayor parte de la aprobación de los agentes creativos comprometidos en el proceso. El único respaldo que sería viable en un proyecto de difusión, divulgación y registro que se plantea en el proyecto es la justificación de interés social, pues por interés social “se entiende por todo aquello que tiende al beneficio y desarrollo de la comunidad” (Obón, 232:2014). Resaltando así la importancia educativa del cine local y por lo tanto el del proyecto.

Finalmente, aunque la expresión cultural esté atada a las condiciones de derechos de autor, se debe recordar que la importancia de un proyecto de emprendimiento cultural como el planteado a lo largo de este texto se enfoca en la identidad local y por lo tanto incluye al proceso de formación del individuo/sociedad y podríamos arriesgarnos a llamarlo educativo.

### **3.2 El cine: ¿expresión, industria o bien cultural?**

#### **El cine como bien cultural.**

Entrando en un contexto práctico encontramos que las instituciones como la Filmoteca y la Cineteca Nacional participan arduamente en la restauración,

conservación y difusión de los filmes de archivo pero algo sucede con el registro de los cineastas que operan fuera de las instituciones gubernamentales. Aparentemente el cine latinoamericano independiente es conocido a nivel internacional y desconocido a nivel local. Por otro lado, veremos que los individuos capacitados para analizar, gestionar y replantear la cultura se encuentran ante la falta de oportunidad laboral en las instituciones culturales que se apropian de los registros y difusión a través de las limitaciones del archivo. Parece que esta situación se da desde una perspectiva que proviene de ver a la identidad, la memoria y el registro como una prioridad del Estado para gobernar.

En la Convención de la Haya de 1954 es la primera vez que se menciona el término “bien cultural”. Entre los bienes culturales están clasificados todos “los manuscritos, libros y otros objetos de interés histórico y artístico o arqueológico, así como las colecciones científicas y las colecciones importantes de libros, de archivos o de reproducción de los bienes antes definidos” (García citando la Convención de la Haya de 1954, 2002:13). Años más tarde, en la *Recomendación sobre la protección de bienes muebles* se especifica que los bienes culturales son aquellos que son de referencia histórica, técnica o de pensamiento en cualquiera de sus formatos físicos: códices, manuscritos, mapas, fotografías, grabaciones (audio), películas cinematográficas, entre otros. (García citando la Recomendación sobre la protección de bienes muebles de 1978, 2002: 21). A partir de estas recomendaciones, la tarea principal de cada Estado y sus instituciones es traer a la memoria por medio de diferentes estrategias de difusión los eventos importantes que han constituido cada país o grupo cultural. Entonces, en el caso del cine local latinoamericano ¿estaríamos hablando de un bien cultural? ¿cómo afecta este concepto al cine independiente y su divulgación?



*Los olvidados* (1950), Luis Buñuel.

Para poder responder parte de estas preguntas debemos de entender cómo se reconoce un bien cultural y su papel con la identidad latinoamericana. Aunque hay diferentes perspectivas que componen el concepto del cine latinoamericano y lo que es reconocido como bien cultural por las instituciones gubernamentales y cinematográficas; podemos basarnos en la observación de Elisenda Ardévol pues en su investigación menciona que en algunas teorías de análisis de la mirada hay una vaga importancia del género de la película para el estudio etnográfico, dado que la configuración de representaciones culturales son esenciales para el análisis de la antropología visual. La misma idea puede ser efectiva para entender al cine local en Latinoamérica, pues cualquiera que pueda aportar y reforzar la identidad podría contarse como cine latinoamericano y por lo tanto ser un bien cultural. Como ejemplo: podemos ver que los factores anteriores parecen cumplirse en la película de Luis Buñuel pues ha tenido ha sido reconocido su trabajo ante la UNESCO referente a *Los olvidados*, pues gracias a su “honestidad narrativa sobre la trágica vida de los menos favorecidos; por lo tanto siempre será un filme contemporáneo.” (UNESCO:2003). Entonces, se puede deducir que una creación cinematográfica es un bien cultural no solo por la capacidad de la cámara para capturar sino el ojo de los artistas que narran lo que perciben a su alrededor. Por lo que creo necesario que todas estas visiones artísticas puedan ser registradas digitalmente y difundidas para

que se someta a un proceso de reconocimiento por parte de los locales y no solo por organizaciones a nivel internacional fuera de Latinoamérica. En la siguiente sección veremos que actualmente el cine local no se da a conocer de la misma manera que la película de Luis Buñuel lo hizo en su época, ya que los acuerdos internacionales, que respaldan el resguardo de los bienes culturales, ahora están sujetos al mecenazgo<sup>16</sup>.

En consecuencia a lo mencionado anteriormente, hay un riesgo al considerar un filme como bien cultural pues el acceso se ve delimitado a los espacios físicos denominados como culturales o educativos. Además de que sólo pueden ser declarados como bien cultural por las instituciones artísticas o culturales que provienen del gobierno, ya sea a nivel internacional. La categorización de los bienes culturales a nivel internacional insiste en que “los objetos que se consideran relevantes de un pasado histórico” (García, 2002, 30) La idea suena bastante gratificante pero las creaciones cinematográficas actuales en latinoamérica se ven afectadas por los acuerdos económicos a nivel internacional. En otras palabras, pensar en bienes culturales evoca solamente a lo pasado cuando hoy en día se siguen “generando” objetos que pueden ser testigos de la transformación de nuestra cultura en un futuro. Creo que la redacción debería ser la siguiente “los objetos que [deben] considerarse relevantes al [ser testigos de un pasado] histórico [o que en un futuro podrían formar parte de la historia de una cultura].” (García, 2002, 30)<sup>17</sup> Conforme pasa el tiempo es evidente que el cine sigue en movimiento y solamente a través de un catálogo completo que registre y comparta las creaciones locales (independientes o no) podría dar una noción de lo relevante y darle un nuevo significado a lo que llegará a ser considerado como bien cultural para latinoamérica en general en el futuro. Esto no será exclusivamente a través de las instituciones gubernamentales, sino con la colaboración entre cineastas independientes, estudiantes y aspirantes del cine local para la implementación de un registro y catálogo digital. A pesar de esta posibilidad el registro y documentación digital del cine latinoamericano independiente sigue sin realizarse. Esto suele ser justificado como falta de interés en los consumidores, el no ser “conocido” a nivel nacional o el prejuicio de que sólo es para un “público reducido” impidiendo la relevancia suficiente para ser registrado; esto tiene como resultado una gran dificultad de conservarse. Desafortunadamente se pierde la oportunidad de interrelacionarse con las diferentes perspectivas de la identidad y memoria colectiva de lo que un individuo puede

---

<sup>16</sup> El mecenazgo consta de protección y apoyo económico a un proyecto artístico, científico o cultural.

<sup>17</sup> Palabras entre corchetes añadidas por mí.

percibir a nivel nacional debido a su simple falta de registro. Entonces si Latinoamérica desconoce lo que crea dentro de sí misma ¿cómo podríamos evaluar si una creación cinematográfica independiente puede llegar a ser bien cultural? ¿Cuál es el criterio gubernamental? ¿cuál es el de los cineastas? ¿y los ciudadanos cómo se identificarán con algo que desconocen o creen ajeno a su realidad?

Por otro lado, la falta de recursos impacta a las instituciones que se dedican a la conservación de los bienes culturales. Esto también afecta a las personas que están preparadas para laborar en estos temas. Idalia García Aguilar nos explica, a través del texto *Legislación sobre bienes culturales muebles: protección del libro antiguo*, sobre la dificultad de los Estados en la protección de los bienes culturales ya que para proteger el patrimonio cultural se ha regresado a una dinámica de mecenazgo; por lo que propone una diversificación en el financiamiento de iniciativas culturales desde otra perspectiva. (García, 2002:17)

En suma, el concepto de bien cultural parece estar arraigado con las instituciones gubernamentales, que usualmente están unidas con la inversión privada para su preservación que se manejan bajo el concepto de industria. Desafortunadamente esto es lo que impide una intervención ciudadana no solo en su acceso sino en su proceso de conservación. Idalia García menciona que esta es la paradoja de la preservación, la cual parece originarse en la falta de iniciativas que permitan un involucramiento de los ciudadanos con los bienes culturales. Así que la definición de bien cultural ayuda a la conservación hasta cierto punto, pero no parece incluir una dinámica práctica para su mantenimiento y difusión de manera sostenible. Por las mismas razones parece que las instituciones gubernamentales han fallado en tener un registro y difusión efectiva para las creaciones independientes locales. Además de depender solamente de una base de datos internacional. Las posibilidades de colaboración y reconocimiento del cine latinoamericano parece aumentar sólo si se piensa con una intervención regular por parte del Estado y no de manera completa, pues “éste ha estado fungiendo como regulador de las identidades emergentes, por un lado, las universalizantes y, por otro, las particularizantes [que pueden ser representadas a través del cine]” (Tenorio, 2016: 69).

### **El cine en la industria cultural y el emprendimiento cultural.**

Según la *Convención sobre la Protección y Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales* la industria cultural es aquella que brinda productos y servicios con un valor simbólico de la cultura que al mismo tiempo tienen un valor en el mercado. En otras palabras, la idea de una industria cultural se basa en la

consideración de un mercado para la supervivencia de los bienes culturales independiente a las instituciones gubernamentales. Dentro de la idea de industria cultural se toma en cuenta a los individuos que se involucran en el área cultural desde el emprendimiento. Algunos investigadores proponen que el emprendimiento creativo (emprendimiento cultural) es uno de los conceptos que facilita la conexión entre los sectores institucionales, privados y civiles. En otras palabras, debe reconocerse que la implicación de emprendimiento en el área cultural es conveniente para que los diferentes grupos de un país puedan expresarse y apropiarse de sus expresiones.

El emprendimiento aún es estudiado por varios especialistas en economía. Si bien no hay una definición concreta, puede identificarse al emprendedor por su búsqueda de nuevas ideas que le permitan tener oportunidades en la participación o creación de un mercado de manera independiente. La búsqueda de un mercado se ha facilitado gracias al acceso del conocimiento y el contacto entre los públicos potenciales de diferentes sectores a través de las Tecnologías de la Información y la Comunicación TIC (González, 2010:52).



*Manual del Mercado Naranja (2013), Pedro Buitrago Restrepo e Iván Duque Márquez.*

Ahora, este concepto proviene de la Economía Naranja la cual ha pasado por varios análisis de expertos en economía. En el año 2013 Felipe Buitrago Restrepo e Iván Duque Márquez del Banco Interamericano de Desarrollo fueron los primeros en presentar un manual con respecto a la economía que se mueve alrededor de proyectos creativos. A este sector en especial le llamaron Economía Naranja

(Economía Creativa)<sup>18</sup>. La Economía Naranja es el “conjunto de actividades que de manera encadenada permiten que las ideas se transformen en bienes y servicios culturales, cuyo contenido es de propiedad intelectual” (Buitrago, Duque: 2013, 40). A lo largo del manual detallan las razones por las cuales las personas en el área creativa deben de poner atención en el aporte económico de la creatividad y animarlos a participar en diferentes escenarios: artes tradicionales, artes convencionales y artes funcionales. Conforme se enlistan los agentes principales de la Economía Creativa podemos observar que el emprendimiento es uno de los elementos especiales de la economía creativa. Asimismo se presume de un involucramiento amplio con el sector público y el privado por medio de los emprendedores. Este concepto llega a ser vago al principio pero despierta el interés de otros sectores para hablar sobre el tema.

Cinco años después (2018) se sube la publicación digital de *Políticas públicas para la creatividad y la innovación: impulsando la Economía Naranja en Latinoamérica y el Caribe* una investigación donde José Miguel Benavente y Matteo Grazzi, dos especialistas en el área de innovación en tecnológica y economía, agregan más elementos al concepto de Economía Creativa.<sup>19</sup>

Primero expondré cómo los investigadores explican cada uno de los elementos que según su análisis componen a la Economía Creativa y posteriormente lo aplicaré al cine latinoamericano.

- La innovación y la creatividad

Para los investigadores la creatividad tiene una relación directa con la innovación y no solamente con el sector cultural o artístico, pues mencionan “¿Hay alguna parte de la economía que no sea creativa?” (Benavente y Grazzi citando a Gazca y Luzardo 2017:7). En otras palabras, se habla de una estrecha relación con la innovación y el concepto de Economía creativa<sup>20</sup> así que proponen detallar las diferencias. En primer lugar, la creatividad suele estar relacionada con la estética y su efecto emocional en las personas (Benavente y Grazzi, 7: 20). En segundo lugar, la innovación se trabaja en diferentes partes del proceso industrial, pues su diferencia

---

<sup>18</sup> Los autores explican que la relación con el color naranja se debe a las diferentes actividades creativas de diferentes culturas alrededor del mundo. Cabe resaltar que los términos “Economía naranja” y “Economía Creativa” parecen ser usados de manera equivalente

<sup>19</sup> José Miguel Benavente y Matteo Grazzi aseveran que este concepto es utilizado más en el área de Latinoamérica y el Caribe.

<sup>20</sup> Los especialistas se basan en los trabajos anteriores acerca de la economía creativa (economía naranja) para definirla. Solamente añaden que estos bienes o servicios culturales pueden estar protegidos por derechos de autor o no.

depende de la modificación en el ciclo creativo de la producción del bien o servicio, se definirá entre los dos tipos de *innovación blanda* de Paul Stoneman, donde se modifica el valor por una modificación estética y no necesariamente funcional (industria de la moda) o por un valor estético acompañado por un valor funcional (industria automotriz).<sup>21</sup>

- Mediciones (indicadores, información, valor no comercial)

Los investigadores José Benavente y Matteo Grazzi argumentan que no puede haber una medida certera de la Economía Naranja, ya que aún hay imprecisión en la recopilación de información con los tres indicadores base del crecimiento económico: el Producto Interno Bruto (PIB), la disponibilidad de empleos y las transacciones a nivel internacional. La inconsistencia, en el caso de la Economía Naranja, está en que los agentes creativos no siempre tienen un trabajo fijo (*freelance*) o su principal fuente de trabajo no es perteneciente al sector de la Economía Creativa, lo cual va en contra de las medidas ya establecidas por los indicadores anteriormente. Asimismo, hay una parte de la Economía Naranja que no puede medirse y es el valor creativo (cultural) el cual está más allá de la percepción económica es un valor en la percepción del “consumidor”. Éste es el único valor que no se puede medir. Aunque los indicadores usuales no pueden descifrar cómo trabaja la Economía Naranja, pueden ser de ayuda para guiar a los agentes o empresas creativas a explorar y tomar mejores decisiones. Ambos deben de encontrar la manera para el balance en su uso y desarrollar indicadores que le permitan entender de una manera más detallada.

- Ecosistema creativo

Los investigadores definen al ecosistema creativo como “el conjunto de entidades y normas que regulan la producción, difusión y consumo de bienes y servicios creativos” (Benavente y Grazzi 2017:21) Este ecosistema se construye entre la relación entre diferentes sectores: público, privado, el organizamiento civil y los consumidores. Estos sectores se componen de actores creativos que se clasifican según su participación en la oferta, la demanda, la formación y las instituciones. Aún

---

<sup>21</sup> Aunque estos procesos no se explican desde la perspectiva de la industria cultural, los investigadores proponen que la innovación creativa también puede afectar positivamente a los avances que se pueden dar a las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) gracias al “potencial creativo” que los agentes de la Economía Naranja poseen y que esto solamente podría verse si los agentes naranjas actúan en otras disciplinas o industrias. (Gazca y Luzardo 2017:13-14)

está la interacción de los prosumidores, aquellos que producen y consumen al mismo tiempo. Este fenómeno se da gracias a las redes sociales que “acorta las barreras de acceso y reduce los costos intermedios.” (Benavente y Grazzi 2017:23)

Posteriormente José Benavente y Matteo Grazzi recomiendan diferentes tipos de políticas culturales que otros países han empleado en sus políticas públicas. Podría profundizar en cada una de ellas, pero es evidente que el primer desafío está en encontrar un modelo que establezca este tipo de políticas públicas de manera continua. A través de esta perspectiva resulta interesante los efectos y posibilidades de la misma creatividad en proyectos culturales, pues los investigadores proponen que la creatividad no está unida exclusivamente a las actividades artísticas. No obstante, abre camino a dos interpretaciones: las artes como cualquier producto en el mercado sin perder su valor cultural-artístico o tomar en cuenta la creatividad que se desarrolla en el ámbito artístico para otras áreas del mercado laboral y emprendedor. Preferiría resaltar solamente la segunda, ya que los involucrados en el sector cultural y artístico aumentan sus posibilidades de empleabilidad, pero no podemos negar que esto influye en lo que se expresa. Cuando las regulaciones del mercado tienden a guiar las expresiones culturales suelen modificar el discurso de las mismas. Por ejemplo, en el cine comercial se ven las mismas historias y varios cineastas independientes suelen estar en un discurso de oposición en la creación de sus historias. Esto ha caracterizado mucho al cine latinoamericano a nivel internacional. Aunque en la realidad, la implementación de un sistema de entretenimiento en las narraciones, o bien el cine “comercial” en Latinoamérica resulta ser necesario para la promoción de la economía en las artes cinematográficas. Esto no debe hacernos olvidar que el cine es un arte y por lo tanto es una expresión, en otras palabras: el cine también es diálogo.

Ahora, retomando la primera interpretación, la innovación se podría aplicar en el sistema ya desarrollado por las instituciones gubernamentales. Es decir, en beneficio del cine local podría modificarse una de las tareas de sus tres etapas (preproducción, realización, postproducción) o por lo menos agilizar el proceso. Estos cambios deberían estar relacionados con una intervención reducida por parte del Estado. Este tipo de estrategias están siendo empleadas desde hace algunos años a través de una perspectiva de cultura digital de la web social como lo son: el *crowdfunding* y el *e-commerce* (Sayán, 2017: 30). Algunas no han tenido éxito en el proceso, pero algunas películas han sido financiadas por personas alrededor del mundo gracias a plataformas que apoyan iniciativas o proyectos que están en las fases finales. Por ejemplo: El cortometraje *Cuatro veces siete* de José Carlos Velasco.

Algunos de los productores son consumidores comprometidos con estos bienes culturales y, por lo tanto, son aquellos que pueden ayudar a esta tarea. Por otro lado, la innovación de distribución digital podría complementarse con un cambio en la forma de difusión y registro, puesto que algunos creadores independientes hacen el registro en bases de datos como IMDb, aunque, registrar el cine latinoamericano no es una de las preocupaciones principales de esta plataforma. Las soluciones universales como esta base de datos tienden a fracasar en cumplir con las necesidades, deseos y requerimientos de los usuarios específicamente de Latinoamérica, pues requeriría ser el tema principal de la página. Pese a que algunos no ven las posibilidades de un público “reducido” últimamente se ha hecho evidente que “internet permite ganar dinero vendiendo un número suficiente de productos que sólo interesan a un número reducido de personas” (Sayán, 2017: 34) Además, la innovación no solo sería en su difusión sino en los diferentes análisis del discurso y la manera de divulgar las creaciones cinematográficas a otros sectores de la población al explicar que la identidad local está siendo representada a través del filme. En caso de que sea contrario a lo que se cree como expresión local, puede abrirse un diálogo para entendernos como Latinoamérica.

En el caso de los indicadores, solamente podría decirse que los ya existentes ayudarían a las instituciones (privadas o gubernamentales) y a los agentes creativos independientes a tomar algunas decisiones, pero podrían encontrarse maneras creativas para buscar otro tipo de indicadores a través de las redes sociales y no solo con los análisis estadísticos que ya vienen integrados en cada red social. En otras palabras, se necesitan indicadores que guíen hacia los *prosumidores* para hacer un intercambio directo de información y registro para los consumidores potenciales. Por ejemplo: en las redes sociales de las instituciones gubernamentales mexicanas que se dedican al sector cultural y cinematográfico suelen tener comentarios de cineastas y otros creadores independientes sobre las películas que se han ido desarrollando por lo que es necesario un ambiente que les permita tener seguridad para emprender nuevos proyectos y registrar los que han sido creados para un bien en común.

Retomando el segundo punto de los investigadores (ecosistema creativo) aplicado al cine latinoamericano, estaría hablando de una relación entre las instituciones, asociaciones independientes, los académicos envueltos en el ámbito cinematográfico, académicos que utilizan el cine como herramienta pedagógica, los realizadores independientes, cineclubs, salas independientes y las plataformas de video por demanda. Cada uno de ellos consumen y proyectan creaciones locales,

pero no hay una red digital que registre y les de acceso a esa información a los usuarios. Esto podría ser una gran oportunidad.

Ahora, las creaciones cinematográficas se han independizado gracias a los avances tecnológicos en la digitalización del material y las proyecciones en diferentes plataformas digitales. Gracias a esos factores podemos decir que el cine se ha podido emprender y que esto es posible de igual manera con las nuevas narraciones locales de cualquier parte del mundo. Se han realizado películas como *De ollas y sueños* (2009), *Piedra libre* (2015) y *Rodar contra todo* (2016) (Sayán, 2017: 41). Cada una fue apoyada en diferentes procesos de desarrollo, unos en distribución o realización. Esto de alguna manera señala la posibilidad de un cine latinoamericano, por lo tanto puede encontrarse una forma de emprender a través de un registro especializado en el cine latinoamericano. Por ejemplo, este proyecto plantea la creación colectiva de un registro con la emulación de IMDb pero que solamente se concentre en registrar el cine latinoamericano (sobre todo el cine local independiente) y encontrar nuevas maneras de difusión a través de las estrategias de marketing cultural.

Finalmente, parece ser que el único concepto que ayuda a hacer un balance entre los bienes culturales y las industrias culturales es la expresión cultural.

### **El cine latinoamericano como expresión cultural**

En la *Convención sobre la Protección y Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales* llevada a cabo en el año 2005, se menciona que las expresiones son el resultado de la creatividad de los individuos y grupos de la sociedad que poseen o emiten un sentido simbólico, artístico o valores culturales en común. La importancia del concepto de expresión cultural está en la palabra creatividad y la armonía que plantea entre los conceptos anteriores (bien cultural, industria cultural). Es por eso que el concepto de expresión cultural puede ser de mayor ayuda para entender y potenciar dinámicas creativas alrededor del cine latinoamericano.

La convención también menciona que las instituciones de los Estados participantes deben de encaminar a la protección y promoción del patrimonio cultural<sup>22</sup> en todas sus posibles formas. En primer lugar, aclara las tareas que deben

---

<sup>22</sup> Hay varias definiciones de patrimonio. Algunas veces es caracterizado por lugares, monumentos, otros objetos y otras expresiones temporales en las tradiciones humanas. Cabe resaltar que el patrimonio respalda la diversidad cultural a nivel internacional, es decir, lo que cada grupo, comunidad o país considera realmente valioso para las futuras

ser desempeñadas al interior por cada Estado participante y en un segundo lugar manifiesta las responsabilidades a nivel internacional en materia de cooperación y comercialización. Después, en el artículo 5, se recalca el compromiso de cada Estado soberano en la cooperación internacional para llevar a cabo los acuerdos de la convención de manera coherente y responsable. Más adelante, en el artículo no. 6, se detallan las medidas específicas que las políticas culturales que cada país debe de llevar a cabo en su aplicación interna. Entre las principales está la preservación y la promoción de cada expresión cultural. Sin embargo, hay países clave que no están de acuerdo con lo establecido. Por un lado están los que creen en la industria del entretenimiento (EE.UU.) y aquellos que creen en el valor intrínseco de los bienes culturales que no necesariamente obedecen al mercado; entre ellos: México, Canadá y Francia (Rodríguez, 2009:25). Con el paso de los años, dentro de cada Estado participante se planearon las políticas culturales acordando que la *Convención sobre la Protección y Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales* no se interpondrá ante otros tratados internacionales. Es por esta razón que se desarrollan conceptos como “bienes y servicios culturales” que pueden ser brindados por una “industria cultural” (Rodríguez, 2009:25) dando la oportunidad de hablar sobre los dos tipos de valor que se le pueden dar a las actividades creativas. Así que a diferencia de las convenciones anteriores pueden involucrarse diferentes sectores en el financiamiento de lo cultural. Esto quiere decir que a través del concepto de expresión se permite una participación complementaria entre el Estado, lo privado y lo civil. Esto también es planteado por los investigadores José Benavente y Matteo Grazzi en los diferentes ejemplos de políticas públicas que países como Brasil proponen para el desarrollo cultural.

En el caso de México las dinámicas en el desempeño de las políticas culturales siguen siendo cuestionables, dado que hay una contradicción entre los discursos y las acciones por parte de las instituciones gubernamentales. La investigadora Fabiola Rodríguez menciona lo siguiente:

(...) la respuesta del Estado mexicano no ha sido siempre clara, oportuna y eficaz (...) La agenda cultural no ha estado siempre “abierta” y frecuentemente las comunidades de artistas, intelectuales, creadores y ciudadanos en general han sido excluidas del proceso de elaboración y toma de decisiones, por lo que existe un ambiente de desconfianza, incertidumbre y malestar (Rodríguez, 2009: 33).

---

generaciones para preservar la unicidad de su identidad expresada a través de actos (habla) u objetos (libros, monumentos, etc.)

En el caso particular de México fue con el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA) quien comenzó con la tarea de emplear medidas para impulsar el desarrollo cultural de la nación, pero se presenta la necesidad del compromiso del Estado con la diversidad cultural, es decir, la necesidad de que las políticas deban desarrollarse más allá de la duración de un sexenio (Rodríguez, 2009: 35). Un verdadero compromiso con las expresiones culturales les daría estabilidad para poder desarrollarse. Es decir, implementar una forma diferente de financiación, protección y promoción de las expresiones culturales, ya que cada uno de los casos



expuestos hará evidente que la asociación entre las instituciones y los emprendedores creativos es esencial para hacer frente a la superposición de las políticas económicas sobre las culturales a través con una participación estratégica en el mercado que no esté regulada o registrada por las instituciones gubernamentales solamente. Por lo que se deben de aceptar la implementación de los modelos de negociación para que se difunda la identidad de la cultura propia de manera local.<sup>23</sup>

En el caso general del cine latinoamericano los investigadores Juan Velásquez y Lauro Zavala parecen diagnosticar los mismos patrones que Fabiola Rodríguez, dado que un peso mayor en las políticas económicas que las culturales desarrolladas por el gobierno. El primer investigador expone su argumento desde la falta de utilidad en las prácticas del tratado internacional respecto a la producción y promoción local (ante todo de distribución en las salas de cine) y el segundo insiste en la falta de intercambio de conocimiento e información sobre el cine propio de latinoamérica a nivel local e internacional. Ambas presentan los problemas del cine latinoamericano pero la perspectiva de Juan Velázquez se refiere al papel de las instituciones en la

---

<sup>23</sup> Filminlatino es una plataforma que se formó gracias a la colaboración entre IMCINE y la Secretaría de Cultura. Se concentra en proyectar digitalmente las producciones independientes locales e internacionales. Su proyecciones por ahora son únicamente en México. Ésta plataforma a diferencia de Retina Latina tiene un costo.

difusión y distribución del cine, en cuanto al investigador Lauro Zavala la existencia de una identidad latinoamericana se pone en cuestión.

El doctor en Letras Hispánicas y especialista en temas de semiótica y análisis cinematográfico, Lauro Zavala, no solo profundiza en la importancia de la distribución sino de una “tradición epistemológica” del cine en aspectos teóricos, históricos y críticos que han sido descuidadas e impedido un “diálogo productivo” dentro de Latinoamérica (Zavala, 2013: 8), por lo que expone tres problemáticas principales: la falta de contacto dentro de América Latina, el aislamiento hacia el exterior y una evidente necesidad de interdisciplinariedad en el análisis del cine. En los siguientes párrafos me dedicaré a detallar estos puntos.

En primer lugar, la falta de contacto con su propia identidad Latinoamérica está relacionada con la casi nula comunicación entre los diferentes países para conocer sobre las realizaciones cinematográficas y las teorías que se han desarrollado en la práctica. Ya sea si esta información es compartida a través de libros o demás, lo importante es la creación de un modelo que permita y oriente a un intercambio de ideas. Más adelante señala que no se podría hablar de un cine latinoamericano si Latinoamérica desconoce lo que se produce en su interior. Lo cual tiene sentido, pues los esfuerzos de las instituciones y asociaciones cinematográficas han estado buscando la manera de unirse e intercambiar conocimientos con otras partes del mundo pertenecientes a Latinoamérica. Aunque creo que esto ha podido desarrollarse en México solo que en una una escala menor, a través de profesionales latinoamericanos que imparten clases de cine en diferentes academias.

En segundo lugar, el investigador explica que el aislamiento con el exterior no permite sacar al cine latinoamericano de campos como “cine militante” o “cine de festival” desde la perspectiva anglosajona (Zavala 2013:12). Además, propone que Latinoamérica no debe cerrarse completamente a la propuesta teórica cinematográfica estadounidense por el factor de entretenimiento que éste maneja. Al principio puede sonar un poco contradictorio ya que la categorización de “cine militante” o “cine de festival” puede provenir de la visión estadounidense acerca del cine y puede ser lo que está impidiendo ver nuestro cine como algo más que solo un discurso de rebeldía. Por otro lado, esta situación no debe impedir el uso de las técnicas narrativas anglosajonas para intentar comunicarse de una manera especial o hacer una referencia específica sobre una película. Como hemos visto anteriormente la creatividad puede darse de muchas maneras, ya sea que éste se trabaje en una industria cultural o no.

En tercer lugar, la mayoría del contenido académico sobre el análisis del cine ha sido desde la perspectiva histórica, por lo que argumenta que la falta de

interdisciplinaria en el análisis y crítica del cine es lo que impide una consolidación del cine latinoamericano. El séptimo arte, específicamente el cine documental, ha ayudado a registrar los eventos más importantes del mundo para los historiadores y otros científicos sociales; por lo tanto “exigen nuevas herramientas de análisis, en consonancia con la lógica del cine transnacional” (Zavala, 2013:14).

El investigador concluye que es pertinente un espacio que permita el diálogo y acceso a los materiales audiovisuales que se han realizado en Latinoamérica para que pueda haber un verdadero desarrollo en la identidad cinematográfica de América Latina, comenzando entre los pertenecientes a la misma región, después hacia el exterior y finalmente en los diferentes campos de estudio. Solo esto permitirá crear una base sólida que permita despegar la industria del cine en México y el resto de Latinoamérica. Asimismo, la investigadora Fabiola Rodríguez menciona la importancia de la cooperación en conocimiento y coproducción de las expresiones culturales; Juan Velásquez menciona la importancia de la distribución y la importancia de las instituciones de anteponerse al mercado por el valor identitario que se plasma en el cine.<sup>24</sup>



Con base a lo anterior, creo que es esencial considerar estos puntos para plantear este proyecto. A diferencia de Lauro Zavala, creo que el cine latinoamericano existe independientemente de su difusión o formato por el simple hecho de que un grupo de personas se organiza y expresa a través de las realizaciones audiovisuales, pero como el investigador menciona hay una necesidad evidente: su divulgación. En otras palabras, considera esencial que pueda ser considerado cine latinoamericano por sus propios habitantes. Lauro Zavala afirma la necesidad de distribución e igualmente la importancia de su acceso para la consolidación de un conocimiento no solo en las técnicas cinematográficas también del cine como una expresión de la identidad propia por parte de Latinoamérica, pues menciona lo siguiente:

Sólo puede haber investigación ahí donde hay acervos actualizados, eficientes y accesibles. Considerar la importancia estratégica que

---

<sup>24</sup> Retina Latina es una plataforma que permite la proyección digital de películas locales de América Latina y el Caribe de manera gratuita; a diferencia de FilminLatino que solamente se concentra en proyecciones digitales en México.

tendría la difusión inmediata y permanente de los materiales audiovisuales que se producen en cada uno de los países de la región es algo que no ha recibido la suficiente atención en los respectivos ministerios de cultura (Zavala, 2013:10-11)

Por lo que vemos, las ideas principales de Idalia García coinciden con las de Lauro Zavala al reconocer la importancia de la creación de acervos que sean accesibles para los interesados en las expresiones culturales. Gracias al avance de las TIC es posible, pero el problema yace en otro lado puesto que la visión de Lauro Zavala se está implementando con las nuevas medidas en la emulación de plataformas digitales para difundir el cine mexicano a nivel nacional e internacional, pero no se está elaborando un registro digital que permita un análisis continuo y el involucramiento para que los ciudadanos se vean involucrados en el tema. Claro que, en el caso nacional, México se ha diseñado plataformas como FilminLatino y Cinema México por parte de la Secretaría de Cultura e IMCINE.<sup>[2]</sup> A nivel internacional tenemos como resultado a Retina Latina por parte del Banco Interamericano de Desarrollo (BID)<sup>25</sup>. Aunque estas diferentes plataformas planean unir fuerzas con otras instituciones latinoamericanas para traer a la vida el proyecto de Retina Latina pero exponen que hay un problema de recepción ya que la mayoría de los usuarios de FilminLatino no pagan la suscripción de la plataforma. Entonces creo necesario hablar en términos de divulgación para exponer la situación del cine local, por lo que debe implementarse una relación entre las instituciones públicas o privadas, los que se han desarrollado independientemente como emprendedores creativos y *prosumidores* para colaborar con las instituciones en asuntos de la difusión del cine en Latinoamérica. Esto podría traer nuevas estrategias de divulgación, medición, diálogo y creación solamente si la población latinoamericana llega a comprender que el grupo local tiene derecho a expresarse y a saber lo que se está expresando de su grupo a través del cine. Sin embargo, en el proceso se ven involucrados temas de propiedad intelectual y derechos de autor.

En resumen, es importante entender al cine como una expresión ya que descentraliza las actividades culturales de las instituciones en su elaboración y en

---

<sup>25</sup> Según una nota de febrero del 2019 en el periódico EL UNIVERSAL se habla de una posible fusión entre las diferentes plataformas. Las autoridades de IMCINE y la Cineteca Nacional están evaluando cuál de las plataformas será implementada como la principal, pues cada una sirve a la misma lógica. Además, piensan sumarse a los esfuerzos del Banco Interamericano de Desarrollo en la implementación del proyecto Retina Latina y del programa Ibermedia. Consultado por última vez el 23 de Septiembre de 2019 en el siguiente enlace: <https://www.eluniversal.com.mx/espectaculos/contemplan-fusionar-filmin-latino-y-cinema-mexico>

este caso de su registro. Esto nos llevará a una verdadera implementación de las políticas a nivel local e internacional de las expresiones culturales. Esto solamente puede ser posible a través de la participación de los emprendedores y prosumidores creativos (independientes o no), puesto que forman parte de un sector que se involucra de manera directa y continua entre las dinámicas creativas (culturales) y las del mercado (el público).

#### **4. Conclusiones**

El discurso de la diversidad cultural debería replantearse y no ser una herramienta más de los países hegemónicos, sino basarse en la autonomía y autenticidad de las distintas manifestaciones culturales.

Ilsé Tenorio Murillo

Entender el cine como una expresión cultural permite un enfoque intercultural en el mantenimiento de los bienes y servicios culturales, lo que implica la implementación de diferentes estrategias para su rescate y preservación; entre ellas debo recalcar que el emprendimiento y la actualización de las herramientas del gestor intercultural son de gran importancia. Asimismo, considerar al cine como expresión y no solo como una industria permite una realización de películas de manera independiente, atrayendo un escenario amplio de oportunidades para la diversidad. Nutriendo no solo al cine latinoamericano con nuevas formas de narración visual sino de un intercambio constructivo de la identidad local como latinoamericanos (mexicana, argentina, brasileña, etc.). De la misma manera, para que este escenario no pierda continuidad y se fortalezca, los investigadores aseveran que debe haber un compromiso con las políticas culturales más allá del cambio de autoridades cada periodo de gobierno. Ante la frecuente inestabilidad debe crearse una comunidad consciente que impulse la creación del ecosistema creativo de difusión y divulgación que se necesita para un diálogo de realidades sin depender solamente de las

instituciones gubernamentales. Aunque las instituciones están implementando estrategias de distribución del cine latinoamericano, sin la ayuda de los emprendedores y agentes creativos no se podrá disponer de un ambiente que pueda crear un ecosistema creativo que favorezca una conexión entre el cine local (o cualquier otra expresión cultural) y el público. El cine seguirá concibiéndose como algo ajeno no solo por sus estrategias de divulgación sino por sus historias.

Por otro lado, el intercambio no solo debe estar enfocado entre los académicos y las instituciones gubernamentales de México, sino desde la organización de la comunidad y localidad a pesar de los diferentes usos del término divulgación. Como lo menciona IIsé Tenorio:

El problema que debe seguir en debate es la jerarquización y hegemonía que existe en las diferentes industrias culturales de cada país, pues esa libertad de expresión y el derecho al acceso de todo tipo de información sigue siendo regulada y manipulada por ciertos Estados nacionales y por algunos grupúsculos de empresarios transnacionales.

(Tenorio, 2014: 76)

En el mismo proceso, es de gran importancia reconocer el poder del registro no solo para dar una correcta difusión sino emplear un escenario donde la identidad pueda ser expresada y por lo tanto reconocida por las personas que componen al grupo local. Solo un registro accesible y receptor de las creaciones cinematográficas dependientes e independientes permitirá un intercambio de conocimiento y la expresión de la identidad en diferentes segmentos de la sociedad. De la misma manera, la importancia del registro también debe darse a conocer a los cineastas no sólo como un requisito de distribución sino como una aportación a la historia y educación de la identidad local latinoamericana. Por lo que es evidente la necesidad de equipar a los gestores interculturales con modelos que permitan el emprendimiento en el registro cultural para organizarse, crear y escuchar algo nuevo. La difusión y el registro del cine latinoamericano podría parecer difícil de organizar pero con la cooperación de las diferentes escuelas de cine, colectivos y otros, se podrá crear una red de difusión (primeramente) y divulgación (posteriormente), entendiendo así las dinámicas que se desprenden en la expresión cultural del cine local latino.

Finalmente, espero que a través de este tipo de estrategias, el análisis y cotejo de las dinámicas sociales, los gestores interculturales puedan trabajar con los conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera y desarrollar dinámicas que apoyen

toda clase de proyectos enfocados a la localidad. Inspirando así el involucramiento de temas sociales desde una perspectiva independiente y no solo desde el ámbito institucional-gubernamental o solamente industrial (entretenimiento). Solo a través de una dinámica emprendedora podremos percibir las necesidades de diferentes sectores y grupos sociales para atenderlos directamente de manera creativa.

## 5. Fuentes

- Balart, C. y Silvia Cortés (2015) *Una mirada histórica del impacto de las TIC en la sociedad del conocimiento en el contexto nacional actual*. Recuperado el 12 de Mayo de 2020 en: <http://www.unesco.org/new/es/culture/themes/cultural-diversity/cultural-expressions/the-convention/convention-text>
- Becerril, J. y Ana Vallejo, et al. (2012) *La web 2.0 Un análisis de su impacto en lo social, político, cultural y económico*. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4281033.pdf>
- Bustos, E. y Roberto Feltrero Oreja (2011) *Internet y el acceso al conocimiento: la articulación del epistemológico y lo moral*. Ana Rosa Pérez Ransanz y Ambrosio Velasco Gómez. (Ed.) Racionalidad en Ciencia y Tecnología: Nuevas Perspectivas Iberoamericanas. México, UNAM, Secretaría de Desarrollo Institucional; Seminario Sociedad del Conocimiento y Diversidad Cultural; Dirección General de Publicaciones y Fomento Editorial.
- Cobo Romaní, C. y Pardo Kuklinski (2007). *Planeta Web 2.0. Inteligencia colectiva o medios fast food*. Grup de Recerca d'Interaccions Digitals, Universitat de Vic. Flacso México. México DF Recuperado de: [http://online.upaep.mx/campusvirtual/ebooks/planetaWeb2\\_0.pdf](http://online.upaep.mx/campusvirtual/ebooks/planetaWeb2_0.pdf)
- Clarembeaux, Michel (2010) *Dossier: Educación en cine: memoria y patrimonio*, Comunicar, nº 35, v. XVIII, 2010, Revista Científica de Educomunicación; ISSN: 1134-3478; páginas 25-32. Recuperado de: <http://rabida.uhu.es/dspace/bitstream/handle/10272/4236/b1592189x-1.pdf?sequence=5>
- Durán Castro, M. (Ed.) y Salamanca, C. (Ed.). (2016). *Archivo, memoria y presente en el cine latinoamericano*. Editorial Pontificia Universidad Javeriana. <https://elibro.net/es/ereader/uvm/123263?page=1>

- Gándara, M. (2015) *¿Difundir o divulgar? He ahí el dilema*. Red Temática Tecnologías Digitales para la Difusión del Patrimonio Cultural. INAH. Secretaría de Cultura. México. (pp. 56-69). Recuperado el 28 de Enero de 2020 de [https://www.academia.edu/32228784/Difundir\\_o\\_divulgar\\_he\\_ah%C3%AD\\_e\\_l\\_dilema](https://www.academia.edu/32228784/Difundir_o_divulgar_he_ah%C3%AD_e_l_dilema).
- González Hernández, A. (2010) Emprendedores culturales: una oportunidad todavía no aprovechada en México. En Cruz Vázquez, E. (Coord.), *Economía Cultural para emprendedores*. (pp. 50-66) Universidad Autónoma Metropolitana y Universidad Autónoma de Nuevo León. Recuperado de: México. <http://revistas.umce.cl/index.php/contextos/article/view/1386>
- Heredia Herrera, A. (1991) *Archivística general, teoría y práctica*. Quinta edición. Sevilla, España.
- Fidecine (2018) *Largometrajes aprobados 2002-2018*. IMCINE. México. Recuperado de: <http://www.imcine.gob.mx/wp-content/uploads/2019/05/FIDECINE-Largometrajes-Aprobados-2002-2018.pdf>
- Filmoteca UNAM. Recuperado de: <https://www.filmoteca.unam.mx/pages/servicios/deposito-y-resguardo>
- Littin, M. (1988) *El cine Latinoamericano y su público*. En *El Nuevo Cine Latinoamericano* (41-46 pp.) Ciudad de México, México Coordinación de Difusión Cultural de la Universidad Nacional Autónoma de México.
- Orbón, R. *Derecho de autor y cine*. (2014) Ciudad de México. Universidad Nacional Autónoma de México.
- Osterwalder, A. & Pigneur, Y. (2011). *Generación de modelos de negocio*. Barcelona, España. Grupo Planeta. Recuperado el 2 de Enero de 2020 en: <http://www.convergenciamultimedial.com/landau/documentos/bibliografia-2016/osterwalder.pdf>
- Pájaro Velázquez J.R. (2016) *Cine y diversidad cultural: Análisis del estado actual de la distribución y exhibición del cine latinoamericano en Latinoamérica y la necesidad de integración de políticas públicas culturales que las favorezcan*. Universidad Nacional de Rosario Maestría en Estudios Culturales Rosario, Santa Fe, Argentina.
- Rodríguez Barba, F. (2009) *La importancia de la Convención sobre la protección y la promoción de la diversidad de las expresiones culturales de la UNESCO y su impacto en las políticas culturales mexicanas*. Revista Confines. 5/9 enero-mayo 2009 Universidad de Montreal. Recuperado el

[http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1870-35692009000100002](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-35692009000100002)

- Rodríguez de la Cruz, R. (2019). *La Gestión Cultural en la era digital en el contexto mexicano*. *Vitam. Revista De Investigación En Humanidades*, (2), 7-29. <https://doi.org/10.35461/vitam.v0i2.19>
- Sadoul, G. (2015) *Historia del cine mundial*. Ciudad de México, México. Siglo XXI Editores. (500- 504 pp.).
- Schatan, C. y Jorge Mario Martínez (2010) *La industria Cinematográfica en México y su participación en la cadena global de valor*. CEPAL, Unidad de Comercio Internacional e Industria de la Sede Subregional de la CEPAL en México. Recuperado el 12 de Mayo de 2020 de: <https://www.cepal.org/es/publicaciones/4903-la-industria-cinematografica-mexico-su-participacion-la-cadena-global-valor>.
- Szurmuk, M. y Robert Mackee (coord.) (2009) *Diccionario de estudios culturales latinoamericanos*. México : Siglo XXI Editores : Instituto Mora, 2009. Recuperado de: <https://elpaginaslibres.files.wordpress.com/2009/12/diccionario-de-estudios-culturales-latinoamericanos.pdf>
- Tenorio, Ilse M. (2016) *Ética, identidad y cultura. En defensa del cine como un bien cultural identitario de México*. *Antrópica. Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*. Año 2, vol. 2, núm. 3, enero-junio 2016, pp. 62- 79. Universidad Autónoma de Yucatán. Mérida, Yucatán, México. ISSN: 2448-5241. Recuperado el 23 de enero de 2020 de: [https://www.antropica.com.mx/wp-content/uploads/2017/04/04\\_Art\\_MurilloTenorio.pdf](https://www.antropica.com.mx/wp-content/uploads/2017/04/04_Art_MurilloTenorio.pdf)
- Tim O'reilly: *What Is Web 2.0: Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software*. Recuperado de: [https://mpra.ub.uni-muenchen.de/4580/1/MPRA\\_paper\\_4580.pdf](https://mpra.ub.uni-muenchen.de/4580/1/MPRA_paper_4580.pdf)
- Torres San Martín, Patricia (2006) *La memoria del cine como extensión de la memoria cultural*. *Culturales*, vol. II, núm. 4, julio-diciembre, pp. 50-79 Universidad Autónoma de Baja California Mexicali, México. Recuperado el 2 de Septiembre del 2020 de: <https://www.redalyc.org/pdf/694/69420403.pdf>
- UNESCO (2005) *Convención sobre la protección y la promoción de la diversidad cultural de las expresiones culturales*.

Zavala, Lauro (2013) *El cine en América Latina*. Revista Ciencia, No. Julio-Septiembre Recuperado el 21 de enero de 2019 [https://www.revistaciencia.amc.edu.mx/images/revista/64\\_3/PDF/Cine.pdf](https://www.revistaciencia.amc.edu.mx/images/revista/64_3/PDF/Cine.pdf)

## 5. Anexo.

Lienzo más reciente:

