



Chasqui
Revista Latinoamericana
de Comunicación **132**
agosto-noviembre
2016

**Cine, política audiovisual
y comunicación**



Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina

EDITOR

Francisco SIERRA CABALLERO

COORDINADOR EDITORIAL

Gabriel GIANNONE

SECRETARIA DE REDACCIÓN

Rosa ARMAS

CONSEJO DE REDACCIÓN

Amparo CADAVID

UNIMINUTO, Colombia

Fernando CASADO

Instituto de Altos Estudios Nacionales, Ecuador

Ana María DURÁN

Universidad del Azuay, Ecuador

Pablo Andrés ESCANDÓN MONTENEGRO

Medialab Quito-CIESPAL, Ecuador

Eduardo GUTIÉRREZ

Pontificia Universidad Javeriana de Colombia

Eliana del Rosario HERRERA HUÉRFANO

UNIMINUTO, Colombia

Octavio ISLAS

Universidad de los Hemisferios, Ecuador

Daniel Fernando LÓPEZ JIMÉNEZ

Universidad de los Hemisferios, Ecuador

Efendy MALDONADO

UNISINOS, Brasil

Claudio Andrés MALDONADO RIVERA

Universidad Católica de Temuco, Chile

José Rafael MORÁN

CIESPAL, Ecuador

Francisco Javier MORENO

CIESPAL, Ecuador

Fernando ORTIZ

Universidad de Cuenca, Ecuador

María PESSINA

CIESPAL, Ecuador

Jenny PONTÓN

FLACSO, Ecuador

Abel SUING,

Universidad Técnica Particular de Loja, Ecuador

Nancy Graciela ULLOA ERAZO

Pontificia Universidad Católica del Ecuador (Sede Ibarra)

Rosa VALLEJO CASTRO

CIESPAL, Ecuador

Edgar VEGA

Universidad Andina Simón Bolívar, Ecuador

Jair VEGA

Universidad del Norte, Colombia

José VILLAMARÍN CARRASCAL

Universidad Central del Ecuador

Jenny YAGUACHE,

Universidad Técnica Particular de Loja, Ecuador

EDITORES ASOCIADOS

Norteamérica

Jesús GALINDO

Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, México

Centroamérica

Hilda SALADRIGAS,

Universidad de La Habana, Cuba

Área Andina

Karina HERRERA MILLER,

Universidad Mayor de San Andrés, Bolivia

Cono Sur

Lorena Mónica ANTEZANA BARRIOS

Universidad de Chile

Brasil

Denis PORTO RENÓ,

Universidade Estadual Paulista, Brasil

CONSEJO CIENTÍFICO INTERNACIONAL

Rosa María ALFARO

CALANDRIA, Perú

Luis Ramiro BELTRÁN (+)

Enrique BUSTAMANTE

Universidad Complutense de Madrid, España

Mauro CERBINO

FLACSO, Ecuador

Eliseo COLÓN

Universidad de Puerto Rico

Miquel DE MORAGAS

Universidad Autónoma de Barcelona, España

José Manuel DE PABLOS

Universidad de La Laguna, España

Carlos DEL VALLE ROJAS,

Universidad de La Frontera, Chile

Juan DÍAZ BORDENAVE, (+)

Heidi FIGUEROA SARRIERA

Universidad de Puerto Rico

Raúl FUENTES

ITESO, México

Valerio FUENZALIDA

Pontificia Universidad Católica de Chile

Raúl GARCÉS

Universidad de La Habana, Cuba

Juan GARGUREVICH

Pontificia Universidad Católica del Perú

Bruce GIRARD

Comunica.org

Alfonso GUMUCIO

Universidad Mayor de San Andrés, Bolivia

Antonio HOHLFELDT

PUCRS. Porto Alegre, Brasil

Gabriel KAPLÚN

Universidad de la República, Uruguay

Margarida María KROHLING KUNSCH

USP. Brasil

Margarita LEDO ANDIÓN

USC. España

José Carlos LOZANO RENDÓN

Universidad Internacional de Texas A&M. EE.UU.

José MARQUES DE MELO

Universidade Metodista de São Paulo, Brasil

Amparo María MARROQUÍN PARDUCCI

Universidad Centroamericana, El Salvador

Jesús MARTÍN-BARBERO

Universidad Nacional de Colombia

Guillermo MASTRINI

Universidad Nacional de Quilmes, Argentina

María Cristina MATA

Universidad Nacional de Córdoba, Argentina

Armand MATTELART

Université Paris 8, Francia

Toby MILLER

Cardiff University, Reino Unido

Walter NEIRA

Universidad de Lima, Perú

Neyla PARDO

Universidad Nacional de Colombia

Antonio PASQUALI

Universidad Central de Venezuela

Cícilia KROHLING PERUZZO

Universidade Metodista de São Paulo, Brasil

María Teresa QUIROZ

Universidad de Lima, Perú

Isabel RAMOS

FLACSO, Ecuador

Rossana REGUILLO

ITESO, Universidad Jesuita de Guadalajara, México

Germán REY

Pontificia Universidad Javeriana, Colombia

Hernán REYES

Universidad Andina Simón Bolívar, Ecuador

Omar RINCÓN

CEPER - Universidad de Los Andes, Colombia

Hilda SALADRIGAS

Universidad de La Habana, Cuba

Francisco SIERRA

USE. España

César Ricardo SIQUEIRA BOLAÑO

Universidade Federal de Sergipe, Brasil

Muniz SODRÉ

Universidade Federal do Rio de Janeiro, Brasil

Guillermo SUNKEL

CEPAL-Naciones Unidas, Chile

Erick TORRICO

Universidad Andina Simón Bolívar, Bolivia

Gaëtan TREMBLAY

Université du Québec, Canadá

CHASQUI, Revista Latinoamericana de Comunicación es una publicación académica pionera en el escenario de debate del campo comunicológico latinoamericano. Ha sido creada en el año 1972 y, desde entonces, es editada por CIESPAL, con sede en Quito, Ecuador.

Se publica de forma cuatrimestral, tanto en formato impreso como digital. Su modalidad expositiva es el artículo o ensayo científico. Los textos se inscriben en una perspectiva de investigación y están elaborados en base a una rigurosidad académica, crítica y de propuesta teórica sólida.

Para la selección de sus artículos Chasqui realiza un arbitraje por medio de pares académicos bajo el sistema doble ciego, por el que se garantiza el anonimato de autores y evaluadores. Para llevar adelante el proceso contamos con una extensa nómina de especialistas en diversas áreas de la comunicación y las ciencias sociales.

Chasqui se encuentra indexada en las siguientes bases de datos y catálogos:



CIESPAL

Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina

Av. Diego de Almagro N32-133 y Andrade Marín • Quito, Ecuador

Teléfonos: (593 2) 254 8011/ Ext. 231

www.ciespal.org

www.revistachasqui.org

chasqui@ciespal.org

ISSN: 1390-1079

e-ISSN: 1390-924X

Coordinadora Monográfico Chasqui 132

Susana Sel

Suscripciones: <http://suscripcioneschasqui.ciespal.org>

Diseño editorial

André Maya Monteiro

Corrección de textos

Noemí Mitter, Rosimeire Barboza Da Silva

Maquetación

Arturo Castañeda Vera

Las ilustraciones utilizadas en este número se basan en esculturas de la cultura Jama-Coaque, comunidad indígena que se asentó en lo que es ahora el litoral ecuaroriano, entre los años 500 a.C. y 1531 d.C.

Los textos publicados son de exclusiva responsabilidad de sus autores.



Reconocimiento-SinObraDerivada

CC BY-ND

Esta licencia permite la redistribución, comercial y no comercial, siempre y cuando la obra no se modifique y se transmita en su totalidad, reconociendo su autoría.

9 EDITORIAL

- 9 **Nuevas pantallas y política audiovisual**
Francisco SIERRA CABALLERO

21 TRIBUNA

- 23 **La comunicación en clave latinoamericana**
Erick TORRICO VILLANUEVA

37 MONOGRÁFICO

Cine, política audiovisual y comunicación

- 39 **Introducción: Cine, política audiovisual y comunicación**
Susana SEL
- 47 **El cine mexicano en tiempos de acuerdos y tratados internacionales: crisis, transformaciones y continuidades**
Lucila HINOJOSA CÓRDOVA
- 65 **Montañas rusas de gozo vano. Industria cultural, leyes y cine nacional**
Jorge Luis SERRANO
- 77 **Cine chileno y capitalismo neoliberal. Apuntes para una crítica de la economía política de la producción cinematográfica**
Roberto TREJO OJEDA
- 101 **Celso Furtado. Cultura e política cinematográfica**
Anita SIMIS
- 113 **Breve caracterización del Instituto Cubano de Arte e Industria Cinematográficos como industria cultural**
Hansel Pavel ORO ORO y Dasniel OLIVERA PÉREZ
- 127 **Países de Unasur: exhibición y nuevas pantallas de cine para una producción creciente**
Diego ROSSI
- 147 **Adentro y afuera del multiplex. Los estudios comerciales de audiencias del cine en América Latina**
Juan Carlos VALENCIA y María Alejandra BELTRÁN LÓPEZ
- 165 **2015, condiciones de mercado para la visibilidad de producciones independientes en la industria cinematográfica mexicana**
Andrés BARRADAS
- 183 **A configuração contemporânea da economia criativa do audiovisual no contexto brasileiro**
José Guibson DELGADO DANTAS, Gardia RODRIGUES
- 205 **Hollywood, el copyright y el TPP**
Karina LUCHETTI

223 ENSAYO

- 225 **A notícia e a lógica das sensações: uma contribuição para as teorias do jornalismo**
Leonel AZEVEDO DE AGUIAR y Angela SCHAUN
- 245 **Predicación, verdad y sujeto colonial: genealogías de la obediencia en contexto mapuche**
Patricio LEPE-CARRIÓN
- 261 **La institución de la ciberpolítica: gobernanza y código**
Lucas Emmanuel MISSERI
- 277 **La evolución del derecho a la comunicación ante la emergencia de la ciudadanía digital**
Francisco Javier MORENO GÁLVEZ
- 293 **A fugaz temporada para a leitura do suplemento *Sabático* (2010-2013) e o lugar da literatura na imprensa escrita latino-americana**
Wilson ALVES-BEZERRA

307 INFORME

- 309 **La construcción retórica de la corrupción**
Adriana ÁNGEL
- 329 **El discurso del periódico digital mapuche *Werken.cl* en torno al territorio: una aproximación semiótico-decolonial**
Juan Alfredo DEL VALLE ROJAS y Claudio Andrés MALDONADO RIVERA
- 351 **La narrativa urbana de Popayán (Colombia) en la primera mitad del siglo XX. Entre la hidalguía y el patriciado**
Alexander BUENDÍA ASTUDILLO
- 369 **Contribuições de Eliseo Verón para os estudos de televisão no Brasil**
Beatriz CAVENAGHI, María José BALDESSAR y Cristiane FONTINHA MIRANDA
- 385 **Perspectiva comparada entre iniciativas de comunicación comunitaria de TV en Brasil y España: primeros apuntes**
Adilson VAZ CABRAL FILHO

399 RESEÑAS

Monográfico



El cine mexicano en tiempos de acuerdos y tratados internacionales: crisis, transformaciones y continuidades

Mexican cinema in times of agreements and international treaties: crisis, transformations and continuities

O cinema mexicano em tempos de acordos e tratados internacionais: crise, transformações e continuidades

Lucila HINOJOSA CÓRDOVA

Universidad Autónoma de Nuevo León, México / lucila.hinojosacr@uanl.edu.mx

Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación

N.º 132, agosto - noviembre 2016 (Sección Monográfico, pp. 47-63)

ISSN 1390-1079 / e-ISSN 1390-924X

Ecuador: CIESPAL

Recibido: 27-04-2015 / Aprobado: 23-09-2016

Resumen

En este artículo se presenta un análisis de la reorganización que ha tenido la industria cinematográfica mexicana en su circuito productivo comercial (producción, exhibición, consumo) a partir de los efectos de las políticas económicas neoliberales, cambios regulatorios del sector y privatizaciones que se implementaron en el sector, a raíz de la entrada en vigor del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN o NAFTA) en 1994. El estudio se aborda desde la perspectiva de la economía política de la comunicación y la cultura; se trata de un estudio longitudinal y descriptivo que abarca el periodo de 1992 a 2015, en el que se utilizan como método las técnicas de investigación documental, el análisis de contenido y la entrevista.

Palabras clave: películas mexicanas; producción; exhibición; consumo.

Abstract

In this article an analysis of the reorganization appears that has had the Mexican cinematographic industry in its commercial productive circuit (production, exhibition, consumption) from the effects of the neoliberal economic policies, regulatory changes of the sector and privatizations that were implemented in the sector, as a result of the take effect of the Free Trade Agreement of North America (TLCAN or NAFTA) in 1994. The study approaches from the perspective of the political economy of the communication and the culture; is a longitudinal and descriptive study that includes the period from 1992 to 2015, in which are used like method the techniques of documentary investigation, the analysis of content and the interview.

Keywords: Mexican cinema; production; exhibition; consumption.

Resumo

Este artigo apresentará uma análise da reorganização da indústria cinematográfica mexicana em seu circuito produtivo comercial (produção, exibição e consumo) a partir da implementação de políticas econômicas neoliberais, mudanças regulatórias e privatizações realizadas sob o pano de fundo do Tratado de Livre Comércio da América do Norte (NAFTA) em 1994. O estudo aborda a perspectiva da economia política da comunicação e da cultura. Trata-se de um estudo longitudinal e descritivo que abrange o período de 1992 a 2015 e, no qual se utilizam as técnicas de investigação documental, a análise de conteúdo e a entrevista.

Palavras-chave: filmes mexicanos; produção; exibição; consumo.

1. Introducción¹

Durante el periodo que abarca este estudio, 1992-2015, y desde la entrada en vigor en 1994 del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) firmado entre México, Estados Unidos y Canadá, el cine mexicano ha pasado de una profunda crisis a una lenta recuperación, debido en parte a las desigualdades que se observan en los flujos de intercambio comercial entre los países firmantes en el rubro de los productos audiovisuales, en específico el de películas cinematográficas.

El TLCAN arrancó sin que México estableciera las condiciones internas para una participación competitiva, al menos en el sector cinematográfico. Pasados los primeros años *post* TLCAN, los empresarios ya no vieron rentable su inversión en las productoras y las empezaron a cerrar.

Esta misma situación se presentó en varios países de América Latina, como en su momento lo señaló Octavio Getino:

Con la implementación del modelo económico neoliberal en la mayor parte de la región, la producción fílmica se derrumbó en las principales industrias latinoamericanas entre finales de los 80 y mediados de los 90. Las medidas restrictivas aplicadas en México, Brasil y, en menor medida en Argentina, redujeron la producción conjunta de estos tres países de alrededor de 200 títulos en 1985 (México y Brasil producían entre 80 y 90 largometrajes por año), a menos de 50 en 1995. Las políticas de Salinas de Gortari en México y de Collor de Melo en Brasil habrían contribuido directamente a ese desastre. (Getino, 2007, p. 172)

Contra lo que piensan la mayor parte de los economistas y los administradores de empresas, el arte y la cultura también aportan al Producto Interno Bruto (PIB), según Ernesto Piedras, uno de los pocos economistas que en el país defienden los productos culturales y para quien resultan indispensables tanto la promoción y el mantenimiento de la diversidad cultural, así como el aseguramiento del acceso democrático a la cultura:

Las industrias culturales tienen esta doble naturaleza cultural-económica, y participan en la economía en términos de la creación y de la contribución del empleo al PIB. En el aspecto cuantitativo es una industria muy importante: después de la maquiladora y petrolera, la cultural es la tercera más importante del país si tomamos en cuenta que la turística suma en su participación un porcentaje significativo de lo que aportan los activos culturales. (Piedras, citado por Alejo, 2012)

1 Una versión preliminar se presentó como ponencia en el 5° Congreso Mexicano de Ciencias Sociales, COMECSO 2016, realizado los días 14-19 de marzo del presente en la Cd. de Guadalajara, Jalisco, México.

El Producto Interno Bruto (PIB) de la industria cinematográfica creció 9.1% entre 2012 y 2013. El incremento promedio durante el periodo de 2008 a 2013 fue de 6.7%, superior al promedio del sector de la cultura e incluso del total del PIB nacional, que fue de 1.4%. En otras palabras, el comportamiento económico del cine es casi siete veces más dinámico que el conjunto de la economía mexicana (IMCINE, 2015).

2. Aproximación teórica

El enfoque teórico de la economía política es una de las perspectivas de mayor tradición en la investigación de las industrias culturales y la comunicación, y desde la cual se puede explicar la reorganización que ha tenido la industria cinematográfica mexicana en su circuito productivo a partir de los efectos de las políticas económicas neoliberales, cambios regulatorios del sector y privatizaciones que se implementaron en el sector a raíz de la entrada en vigor del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN o NAFTA) en 1994.

Desde la década de 1940, este enfoque ha guiado el trabajo de muchos investigadores alrededor del mundo y su expansión global continúa al día de hoy, con autores pioneros como Herbert Schiller, Dallas Smythe, Armand Mattelart, Nicolas Garnham, Kaarle Nordenstreng, Cees Hamelink y Vincent Mosco, quienes inspiraron luego los trabajos de autores latinoamericanos como César Bolaño, Enrique Sánchez Ruiz, Guillermo Mastrini, Luis Ramiro Beltrán, Delia Crovi, Rodrigo Gómez y muchos otros que han encontrado en este campo una explicación a los cambios estructurales y transformaciones históricas de los circuitos productivos de la comunicación y de la cultura.

Según Vincent Mosco (2009, p. 24), “la economía política es el estudio de las relaciones sociales, particularmente de las relaciones de poder, que mutuamente constituyen la producción, distribución, y consumo de recursos”. Desde este punto de vista, los productos de la comunicación como periódicos, libros, videos, películas y audiencias, son los recursos primarios. Esta definición llama la atención hacia las fuerzas fundamentales y los procesos en juego en el mercado. Hace énfasis en cómo una compañía produce una película o una revista, sus negociaciones con aquellos que lo van a distribuir en el mercado, y cómo los consumidores deciden acerca de qué ver, leer o escuchar. Finalmente, considera cómo las decisiones de los consumidores alimentan de nuevo el proceso de la producción de nuevos productos.

En otras palabras, la Economía Política de la Comunicación y la Cultura es un enfoque teórico que analiza las articulaciones entre la producción y consumo de productos culturales, entre ellos los del cine. En un sistema de mercado, los productores responden a las demandas de los consumidores y, al mismo tiempo, las necesidades y deseos de los consumidores son moldeados por la oferta disponible del mercado. Diferentes modos de producción determinados por contextos

socio-históricos y estructurales, configuran distintos patrones de consumo y prácticas culturales entre los consumidores. Es en este sentido que el estudio de una industria cultural tan importante para la identidad cultural y nacional como lo es la cinematográfica tenga en este enfoque una vía para la explicación de cómo las estrategias económicas internacionales y las regulaciones del Estado establecen las condiciones estructurales que determinan el desarrollo de una industria que tiene tantas implicaciones económicas e ideológicas para los conglomerados que dominan los mercados globales.

Como señala Janet Wasko, en particular sobre la Economía Política del Cine:

La Economía Política representa una perspectiva diferente y distinta del estudio del cine, aunque no haya recibido el reconocimiento debido en el campo de los estudios filmicos... Es muy importante destacar la relevancia de las implicaciones políticas e ideológicas de las estrategias económicas, pues no en vano el cine debe también enmarcarse dentro del contexto social, económico y político general, y debe ser criticado en la medida en que contribuye a mantener y reproducir las estructuras de poder (Wasko, 2006, p. 101-202).

3. Metodología

Este artículo es parte de una línea de investigación que se inició en 1998 (Hinojosa Córdova, 2013; 2012; 2010; 2007a; 2007b; 2006; 2004; 2003a & 2003b) y que se ha venido desarrollando desde entonces. Es un estudio de diseño no experimental, descriptivo y longitudinal de tendencia para la observación de las variables producción y exhibición de películas mexicanas en las salas de cine comercial, así como el consumo (asistencia) y el ingreso en taquilla. Se analiza la información a nivel nacional y se contrasta con evidencia empírica de estudios realizados a nivel local.

La hipótesis de trabajo que se ha venido estudiando es que las políticas económicas neoliberales (apertura del mercado, desregulaciones y privatizaciones) que se adoptaron a raíz del TLCAN para la industria cinematográfica mexicana, no han tenido un impacto muy favorable en la producción y exhibición de películas mexicanas en las salas de cine comercial, a pesar del incremento en el consumo y recepción de los espectadores.

Como técnicas de investigación se han venido utilizando la investigación documental, el análisis de contenido, la encuesta, los grupos de discusión y la entrevista (testimonios de especialistas e investigadores sobre cine). Aquí se presentan sólo resultados actualizados de la investigación documental, el análisis de contenido y las entrevistas.

4. Resultados y discusión

4.1 La crisis

Hasta el 2014, México ocupaba el cuarto lugar en el mercado mundial en número de espectadores, el lugar 13 en recaudación en taquilla y el cuarto por la transferencia de regalías al extranjero por concepto de consumos de materiales audiovisuales provenientes de Estados Unidos, sin embargo, la producción y exhibición filmicas nacionales no son equivalentes proporcionalmente y la falta de equidad en la distribución de los ingresos no incentiva la inversión privada en esta industria, ya que, del ingreso en taquilla, el exhibidor se queda con el 50-60% menos impuestos, el distribuidor con el 30% correspondiente a la recuperación de gastos más comisión, y el productor recibe, en el mejor de los casos, un 10%. Sólo tratándose de un éxito de taquilla, este porcentaje podría representar una ganancia y difícilmente una película mexicana recupera su inversión con su exhibición exclusivamente en territorio mexicano. Estos números contrastan con lo que sucede en otros países como Estados Unidos, donde el productor se lleva en promedio el 70% de los ingresos, una vez descontados los gastos de operación del exhibidor.

El TLCAN se firmó en 1992, siendo presidente Carlos Salinas de Gortari, y entró en vigor en 1994. Como se observa en la Tabla 1, la producción empezó a declinar ya desde que entrara en vigor el Tratado, para caer en una profunda crisis a mediados de la década de 1990.

Tabla 1. Producción de películas mexicanas 1989-2015

Año	Películas producidas
1989-1990	167
1991-1992	120
1993-1994	77
1995-1996	33
1997-1998	20
1999-2000	47
2001-2002	35
2003-2004	65

2005-2006	117
2007-2008	140
2009-2010	135
2011-2012	185
2013-2014	256
2015	140

Fuente: Elaboración propia con información de los Anuarios del IMCINE.

El año más crítico fue 1997, cuando sólo se produjeron nueve películas. Ese año fue cuando iniciaron los estímulos del FOPROCINE y FIDECINE, apoyos a la producción creados por el entonces presidente Ernesto Zedillo de León. En el 2006 se creó un nuevo estímulo llamado Artículo 189, que también ha contribuido a apoyar buen número de producciones. El mejor año para la producción, a partir de que entró en vigor el TLCAN, ha sido el 2015 con una producción de 140 largometrajes (con lo que se superó la cifra más alta registrada en la historia del cine nacional del año 1958 con 135 películas), seguido del 2014 con 130 y el 2013 con 126, es decir, luego de una década de crisis en la producción hasta casi desaparecer, la siguiente década ha sido de un crecimiento sostenido y promisorio, no así para la exhibición.

En cuanto a la exhibición, cuando se firmó el TLCAN en 1992, a las dos semanas se aprobó por decreto presidencial una nueva Ley Federal de Cinematografía que venía a sustituir la vigente desde 1952, en la cual se estipulaba que el 50% de las pantallas nacionales debían reservarse para exhibir las películas mexicanas. Con la nueva Ley, a partir de 1993 se obligaba a las exhibidoras a reducir cada año el porcentaje de exhibición de películas mexicanas hasta quedar en un 10% en 1997, con una semana mínimo de exhibición, con lo cual se puso en crisis la inversión y producción cinematográficas. Esto coincide con que fue en 1997 cuando hubo una producción muy baja. Si bien la cuota del 50% de pantalla para las películas mexicanas que se establecía en la ley anterior no se cumplía del todo, esta ley al menos funcionaba como una protección estatal para la producción y exhibición nacionales a la que se tenían que sujetar los distribuidores y exhibidores.

En este sentido, una de las principales dificultades que ha tenido que enfrentar el cine nacional en las salas cinematográficas comerciales se encuentra en el control que las distribuidoras y exhibidoras transnacionales tienen sobre la exhibición, amparados por los cambios a la Ley Federal de Cinematografía que se aprobaron en 1992:

ARTÍCULO 19.- Los exhibidores reservarán el diez por ciento del tiempo total de exhibición, para la proyección de películas nacionales en sus respectivas salas cinematográficas, salvo lo dispuesto en los tratados internacionales en los cuales México no haya hecho reservas de tiempo de pantalla.

Toda película nacional se estrenará en salas por un período no inferior a una semana, dentro de los seis meses siguientes a la fecha en que sea inscrita en el Registro Público correspondiente, siempre que esté disponible en los términos que establezca el Reglamento.

ARTÍCULO 20.- Los precios por la exhibición pública serán fijados libremente. Su regulación es de carácter federal (México, 2010, p. 4).

Como se observa, esta normativa no coadyuva a fomentar un crecimiento sostenible de esta industria. Al respecto, y paradójicamente, en el documento firmado del TLCAN quedó asentado en el Anexo I de la Lista de México, que “el 30% del tiempo anual en pantalla en cada sala puede ser reservado a las películas producidas por personas mexicanas dentro o fuera del territorio de México” (citado por Casas, 2000, p. 144), con lo cual se evidencia una contradicción entre lo acordado por los tres países (México, Estados Unidos y Canadá) y nuestra propia Ley Federal de Cinematografía.

Adicionalmente, la reforma regulatoria afectó también el precio del boleto de cine, al liberarse éste desde 1992 y dejarlo a discreción de los dueños de las salas de exhibición, lo que afectó a la mayoría de la población mexicana que sobrevive con el salario mínimo y que dejó de ir al cine. De formar parte de la canasta básica de consumo doméstico hasta 1990, con la liberación de precios hoy el costo del boleto se mueve en un rango de 35 a 140 pesos, dependiendo del sector urbano en el que se ubique el complejo cinematográfico, cuando el salario mínimo al 2015 rondaba en promedio los 70 pesos diarios. El salario mínimo en 1990 era de 10,786 viejos pesos (luego vino una devaluación del peso en 1993 donde se le quitaron al peso tres ceros, quedando en el equivalente de 10 pesos). De acuerdo con estimaciones hechas con datos del Banco de México y la CANACINE (Cámara Nacional de la Industria Cinematográfica), de 1990 a 1995 el precio del boleto en la Ciudad de México aumentó aproximadamente 26% (Revista *El Consumidor*, PROFECO, 2004, p. 21). Ése fue el legado de nuestro ex presidente Carlos Salinas de Gortari, artífice del TLCAN.

En cuanto al consumo cinematográfico, que se refleja en la asistencia a las salas de cine, todavía en 1990, cuando el número de salas era de 1896, se registraron 197 millones de espectadores. Conforme fue avanzando la crisis económica, fueron cerrando las salas de cine por la disminución de la asistencia, así en 1995, con 1495 salas, se registró una asistencia de sólo 62 millones (Ver Tabla 2).

Tabla 2. Salas de cine y número de espectadores en México de 1990 a 2001

Año	Número de salas	Millones de espectadores
1990	1896	197
1991	1558	170
1992	1616	134
1993	1415	103
1994	1434	82
1995	1495	62
1996	1639	80
1997	1642	95
1998	1760	104
1999	1979	120
2000	2077	130
2001	2200	138

Fuente: Anuarios del Instituto Mexicano de Cinematografía (IMCINE).

Como se observa en la Tabla 2, la asistencia a las salas de cine empezó a mejorar conforme los apoyos gubernamentales empezaron a hacer efecto en la producción. Si bien éstos se han mantenido en crecimiento, todavía resultan insuficientes para la cantidad de proyectos que compiten por obtener un apoyo.

4.2 Las transformaciones

Una de las transformaciones que se han observado en los últimos años ha sido en el crecimiento de la producción cinematográfica, y esto se debe en parte a los estímulos económicos que el Estado ha venido implementando en apoyo a la producción.

En el 2006, el gobierno federal, a través de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, ha buscado estimular el crecimiento de la producción y distribución mediante la creación de otros beneficios fiscales como el que otorgaba el artículo 226 (nombrado artículo 189 a partir de 2014) de la Ley del Impuesto Sobre la Renta (LISR), permitiéndoles a los contribuyentes destinar hasta el 10% del Impuesto Sobre la Renta (ISR) causado en el ejercicio anterior o máximo 20 millones de pesos a la producción cinematográfica en el país, lo que permite financiar hasta con 500 millones de pesos anuales los proyectos cinematográficos aprobados. Este estímulo ha permitido obtener financiamiento a más de 400 proyectos de producción y 50 más para su distribución, de acuerdo a cifras publicadas por la SHCP. Como se mencionó anteriormente, sólo en el 2015 el 70% de las producciones se realizaron gracias a estos apoyos.

Estos estímulos apoyaron películas como *Nosotros los Nobles* (de Gary Alazraki, 2013), *No se aceptan devoluciones* (de Eugenio Derbez, 2013) y *La Dictadura Perfecta* (de Luis Estrada, 2014), las que lograron un éxito en taquilla tanto a nivel nacional como internacional desarrollando nuevos modelos de

negocio para la producción de largometrajes, los que están teniendo gran aceptación del público espectador tanto nacional como extranjero.

Hoy en día, México se ubica dentro de los 20 países con mayor producción en el mundo y es uno de los de mayor producción en Iberoamérica. En el 2015 se produjeron 140 películas, lo que representó un incremento del 10% con respecto al 2014, de las cuales 44 fueron en coproducción internacional, 50 de ellas fueron películas documentales, el 25% fue realizado por mujeres y el 70% recibió apoyos del Estado. Adicionalmente se realizaron 453 cortometrajes (IMCINE, 2015).

4.3 Las continuidades

Desafortunadamente la exhibición de películas nacionales sigue siendo la más afectada de manera negativa. En México, la legislación de cine, como la de otras industrias culturales, opera como política cultural. Por su importancia ideológica, los poderes públicos no se muestran neutrales a la hora de definir e implementar estas políticas.

A pesar de que la Ley Federal de Cinematográfica aprobada en 1992 ha tenido varias adiciones en los años 1999, 2002, 2006 y 2010, ninguna de ellas ha tenido repercusiones significativas, al contrario, siguen “legalizando” y permitiendo la preponderancia en pantalla de las películas extranjeras, por no decir estadounidenses. Esto nos lleva a aseverar que si bien la crisis de la producción parece estarse superando, y con ello nuestra hipótesis comprobándose refutada con respecto a esta variable, la de la exhibición todavía necesita de una intervención que depende más de voluntad política que de otras condiciones.

Paradójicamente, aun y cuando es escasa la exhibición, y con todo y que las crisis económicas, de desempleo, de inseguridad y violencia que se viven actualmente en el país están afectando a la mayoría de la población, el número de salas sigue creciendo y las ganancias en taquilla incrementando. En el 2002, la película *El crimen del Padre Amaro* marcó un hito en la historia del cine nacional convirtiéndose en ese entonces en la película más taquillera del cine nacional con un ingreso de 162 millones de pesos, lugar que ocupó durante 11 años; luego llegó *Nosotros los Nobles* en el 2013 y duplicó esa taquilla con 340 millones, aunque el lugar lo ocupó sólo unos meses, porque *No se aceptan devoluciones*, estrenada en septiembre del mismo año, logró recaudar más de 600 millones de pesos (IMCINE, 2015).

La Tabla 3 muestra el crecimiento en pantallas cinematográficas, el de la asistencia total y el de la asistencia a ver películas mexicanas. Si bien los dos primeros indicadores se han mantenido en crecimiento constante, el de la asistencia a ver películas mexicanas se mantuvo fluctuante hasta el 2012, brincando al triple en el 2013 para luego disminuir de nuevo en el 2014.

Tabla 3. Asistencia a las salas de cine en México 2002-2015.

	2002	2004	2006	2008	2010	2012	2013	2014	2015
Pantallas cinematográficas	2,823	3,491	3,892	4,310	4,818	5,303	5,547	5,678	5,977
Asistencia total*	152	163	165	182	190	228	248	240	286
Asistencia a ver películas mexicanas*	14.7	9.0	11	13.2	11.4	10.9	30.1	24	17.5
(*) Millones de espectadores									

Fuente: Elaboración propia con datos de los Anuarios del IMCINE.

¿A qué se debió el incremento de la asistencia a ver películas mexicanas en 2002, 2008 y el 2013?

En el 2002 se estrenó la película de *El crimen del Padre Amaro* (Carlos Carrera, 2002), convirtiéndose entonces en un éxito de taquilla. Antes de su exhibición pública en México se desató una controversia, porque grupos católicos intentaron prohibir su exhibición en cines, lo que le sirvió como publicidad gratuita a la película.

En el 2008 fue la de *Rudo y Cursi* (Carlos Cuarón, 2008), con los estelares de Diego Luna y Gael García, dos actores que atraen al público juvenil y donde el contexto es el deporte del fútbol soccer, considerado el deporte nacional en México.

Y en el 2013, a la cabeza de las 10 películas con más asistencia se situó la mexicana *No se aceptan devoluciones* (Eugenio Derbez, 2013), distribuida por VIDEOCINE, con 15.2 millones de espectadores, el 50% del total de espectadores de cine nacional de ese año, una comedia dramática protagonizada, coescrita y dirigida por el actor y comediante mexicano Eugenio Derbez. El éxito de esta película hizo que se incrementara, también, el promedio de asistencia por habitante de 1.96 en el 2012 a 2.1 en el 2013. Esta película se convirtió también en la película de habla hispana más taquillera de todos los tiempos en Estados Unidos (IMCINE, 2013).

La también nacional *Nosotros los Nobles* (Gary Alazraki, 2013) ha sido la segunda más vista, con 7.1 millones, mientras que *El crimen del Padre Amaro* (Carlos Carrera, 2002), estrenada en el 2002, que había encabezado el primer lugar hasta el 2010, quedó en tercer lugar, con 5.2 millones de espectadores. *La dictadura perfecta*, estrenada en el 2014, quedaría en cuarto lugar, con los 4.2 millones de asistentes (IMCINE, 2014).

En el 2015 se registraron 17.5 millones de espectadores, una disminución con respecto a lo registrado en el 2014; no obstante, es el tercer año consecutivo con mayor afluencia a salas en 25 años (IMCINE, 2015).

Nuevos modelos de negocio que están implementando los cineastas y temáticas cercanas a sus espectadores, son dos de las estrategias que están impulsando un renacimiento del cine nacional.

La asistencia promedio anual por habitantes fue de 2 en el 2015, mayor que en otros países de Latinoamérica y Europa. Aun y cuando ese año se pusieron en marcha tres plataformas digitales con participación pública, *Plataforma Digital Cinema México*, *FilminLatino* y *Pantalla CACI*, las salas de cine continúan siendo uno de los principales contactos que tiene el público mexicano con un filme, pese a la competencia que representan las tecnologías de la información y comunicación de bajo costo y variada oferta audiovisual, en un país donde casi la mitad de la población no tiene acceso a las TIC.

En cuanto a políticas culturales, no ha habido cambios sustantivos que favorezcan a la exhibición y/o consumo de filmes nacionales. El Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018 del actual Gobierno de la República que preside Enrique Peña Nieto, si bien se mencionan estrategias y acciones en apoyo a la producción de cine, no se declara una estrategia específica ni para la exhibición ni para la formación de públicos. En el apartado VI.3, México con educación de calidad, en su Objetivo 3.3, relativo a ampliar el acceso a la cultura como un medio para la formación integral de los ciudadanos, se propone en la Estrategia 3.3.4: Fomentar el desarrollo cultural del país a través del apoyo a industrias culturales y vinculando la inversión en cultura con otras actividades productivas. Y como líneas de acción: 1) incentivar la creación de industrias culturales y apoyar las ya creadas a través de los programas de MIPYMES; 2) impulsar el desarrollo de la industria cinematográfica nacional de producciones nacionales y extranjeras realizadas en territorio nacional (PND 2013-2018, p. 126).

Como se lee en el párrafo anterior, acciones como “incentivar” e “impulsar”, si no se declara su operatividad, resultan vagas y perdidas en el tiempo; lo anterior demuestra que, salvo los estímulos fiscales que se han implementado para la producción cinematográfica, no existe una política cultural con directrices operativas que garanticen un apoyo eficaz a la exhibición y la formación de públicos.

5. Posibles soluciones

En un mercado donde la distribución y exhibición en los cines comerciales la dominan empresas transnacionales que privilegian las producciones extranjeras, las que se ven beneficiadas por las disposiciones de una legislación que no protege su patrimonio nacional, es imperiosa la necesidad de una política cultural congruente y consistente con el desarrollo de la cinematografía mexicana.

Para profundizar más en esta aseveración se han estado llevando a cabo entrevistas² entre especialistas, investigadores, cineastas y actores para conocer sus opiniones al respecto, de las cuales, por cuestión de espacio, se presentan los extractos de algunas, destacando sus principales aportaciones.

Entrevistadora: ¿Cómo impactan las políticas culturales a la exhibición del cine mexicano?

David Lozano (investigador): Si se hace referencia a las políticas culturales emprendidas por el gobierno, me parece que, después de la aprobación del artículo 226 durante el sexenio 200-2006 en donde impactó de manera benéfica aumentando la producción, en la actualidad se ha quedado estancada. Se beneficia sólo a quienes logran acceder a créditos fiscales mediante grandes compañías. Por otro lado, los esfuerzos del gobierno para levantar una industria cinematográfica, fuera del 226, son insuficientes, con escaso financiamiento o sin metas u objetivos claros... Por otro lado, *Nosotros los Nobles* y *No se aceptan devoluciones* han hecho un estupendo trabajo, nos guste o no, pues los ingresos en taquilla lo certifican. También me parece que serán un parte aguas para la producción nacional, pues para lograr una industria fuerte, es el camino que en México se deberá seguir. (David Lozano, Entrevista personal No. 1. Diciembre 2013)

José Luis Solís (director de cine): Es multimodal. No creo que existan políticas administrativas de la institución de lo que es el consumo de cine mexicano, puede haber políticas culturales de producción de cine mexicano, pero los últimos esfuerzos de tratar de incentivar la producción pues van encaminados nuevamente a festivales, no son verdaderas políticas culturales de desarrollo del público de consumo de cine. Existe más un énfasis en mecanismos de producción de cine, sin importar si se ve o no se ve ese cine. (José Luis Solís. Entrevista personal No. 2. Diciembre 2013)

Juan Manuel González (productor): En México las políticas culturales impactan no sólo a la exhibición, sino a todas las etapas de la industria cinematográfica debido al necesario apoyo gubernamental para la realización de películas. Sin embargo, ciertamente se ve una mayor concentración de los apoyos para las etapas de desarrollo y producción, que para la distribución y exhibición. (Juan Manuel González. Entrevista personal No. 3. Diciembre 2013).

Entrevistadora: ¿Qué impresión tiene usted del público mexicano? ¿Qué va a ver al cine? ¿Qué le gusta?

Víctor Ugalde (investigador, productor, guionista, ex secretario técnico del IMCINE): Depende, primero tenemos que hablar de una masa de 115 millones de mexicanos,

2 Las entrevistas fueron realizadas por Narce Dalía Guadalupe Ruiz Guzmán, tesista de la Maestría en Artes Visuales de la UANL.

y los que van son sólo 30. Entonces, a los que no atienden les gusta básicamente lo mismo, pero con, llamémoslo así, objetos admirables diferentes. Porque la clase media está más identificada con la cultura norteamericana, asiste a ver cine mexicano, pero la gran masa va por la catarsis. Sus tres géneros principales que está demostrado desde hace 100 años son: la comedia, el terror y las de aventuras. Siempre que hacen un estudio cada cinco años, que Kodak antes los hacía, siempre encontrábamos los mismos resultados en consumo. Otra cosa que quiere consumir la clase media serían novedades, novedades catárticas. Y hay una población muy exigente a la que no le gusta la oferta, llamémosla repetitiva, de estos tres géneros, que busca novedades de acuerdo a su grado de estudio, pero en México la educación superior está limitada aún más que la oportunidad del consumo. Entonces nosotros los dividimos básicamente en dos mercados, el mercado que le llamamos de cine comercial, que es de alto consumo, y el consumo del cine de festivales. Una película que gana en festivales naciones o en el extranjero obtiene, cuando mucho, 100 mil espectadores en el país, pero eso sí, nuestro nombre está en boca de todos los países a donde nos invitan, y las películas que se producen de bajo costo para este tipo de festivales son rentables, pongo como ejemplo a Carlos Reygadas. Y, por el otro lado, tenemos el monstruo de mil cabezas al que le gustan las comedias, el terror, el suspenso, en este momento con identificación de clase media. Pero como no estamos atendiendo al público de bajo consumo o popular, que fue el que le dio el sustento al cine popular de los cincuentas a los noventas, donde pues veían su vida cotidiana y sus costumbres vivas a través de lo que se llamaba cine popular, la gente decía, “ay, qué feo hacer una película de ficheras, películas de narcos, de migrantes, sigue habiendo lo mismo, pero cambió la clase”. (Víctor Ugalde. Entrevista personal No. 4. Diciembre 2013)

D.L.: Es un público deseoso de divertirse, así es el mexicano, es muy parecido, en el sentido cinematográfico, al estadounidense. Me parece que es muy inteligente al momento de adquirir un boleto y prueba está que grandes producciones hollywoodense han fracasado por sus malas historias... Los géneros de mayor audiencia en México, según CINÉPOLIS, son la acción, el suspenso y la comedia; por lo tanto podemos establecer que sus gustos rondan por las historias que les hacen sentir intriga, sensación de justicia y alegría.

JMG: Las comedias sobre todo, los melodramas familiares.

Entrevistadora: ¿Qué es lo que hace que un espectador vaya al cine a ver una película mexicana?

JMG: Masa crítica publicitaria. Cuando ya ha visto y escuchado de la película por distintos medios masivos e interpersonales, entonces decide que tiene que verla. En general, al menos aquí en Monterrey es común escuchar entre los grupos que van al cine “todas menos la mexicana” sin importar qué película es.

DL: Sus necesidades de entretenimiento, específicamente, la tensión como elemento narrativo y factor causal de éxito.

VU: Huy!!!, son tantas la variables, que esté en oferta muchas semanas al año, no hay una película mexicana en oferta y por eso se consume una película extranjera, tiene que haber una buena campaña de distribución para que se enteren de qué salió; que esté a un costo accesible, puedes poner una película y que haya mucha gente que la quiera ver, y de repente dicen, "yo ya fui esta semana al cine, no puedo ir otra vez"; esto tiene que ver con la competencia, la gente no tiene tanto dinero como se pueda creer; el cine en México es muy caro, en México tienes que trabajar de 8 a 15 horas para adquirir un boleto para ir al cine y para ir con toda tu familia tienes que trabajar una semana; en Estados Unidos, con una hora de trabajo pagas tu boleto y con un día de trabajo el de tu familia.

Hasta aquí los resultados muestran que, en el transcurso del periodo de estudio, la producción de películas mexicanas pasó de una década de crisis a otra de crecimiento promisorio, donde la continuidad de la producción se está logrando, por una parte, al incremento de los estímulos gubernamentales y, por otra, a nuevos modelos de negocio que están adoptando los cineastas para realizar y promover sus producciones; sin embargo, en este mismo periodo hubo una transformación en la exhibición de películas en los cines comerciales del país, donde las películas nacionales se han visto afectadas de manera negativa debido al control oligopólico de la distribución por empresas transnacionales que a su vez controlan a las exhibidoras, y por una legislación no favorable a la exhibición de películas mexicanas que entró en vigor casi al mismo tiempo que el TLCAN, la cual no promueve ni la diversidad cultural cinematográfica ni protege a nuestro cine; por otra parte, y a pesar de la escasa exhibición de películas mexicanas en las salas de cine comercial, se ha venido incrementando de manera continua el público que asiste a verlas, así como los ingresos en taquilla que generan las producciones mexicanas.

6. Conclusiones

Si bien existen determinaciones de los mercados internacionales como la preponderancia de una economía neoliberal, la apertura comercial, las privatizaciones de sectores considerados anteriormente de protección estatal como el cinematográfico, y condiciones estructurales de carácter nacional como lo son una legislación cinematográfica inequitativa y falta de políticas culturales promotoras para una industria que la hagan sostenible y sustentable, hay que voltear a ver el éxito de películas como *Nosotros los Nobles*, *No se aceptan devoluciones* y *La Dictadura Perfecta* para ver cómo productores e inversionistas están apostando a nuevos modelos de negocio buscando tanto el éxito de sus películas como la satisfacción del público que las consume.

Entre las transformaciones de la producción hay que señalar también un incremento en las coproducciones mexicanas, lo cual es señal de una tendencia mundial apoyada en una producción transnacional de la que México forma parte, aunque en menor medida, a la participación de otros países como Estados Unidos y los europeos, pero que puede ser una alternativa para los cineastas e inversionistas que tengan voluntad de hacer películas mexicanas bajo este esquema de inversión de capital y riesgo.

Los premios y reconocimientos que está obteniendo una generación de cineastas mexicanos que en la última década han participado y recibido premios en festivales y eventos cinematográficos internacionales, y cuyas películas están teniendo éxito en taquilla, ponen el dedo en la llaga en el sentido de que no ha sido la escasez de talento lo que le hace falta a nuestro cine, sino una política cultural congruente y consistente que establezca las condiciones estructurales de cambio para que quienes están detrás de esta industria puedan enfrentar los desafíos que la globalización de los mercados y su modelo ideológico dominante están determinando.

Finalmente hay que considerar que nuevas generaciones de espectadores cinematográficos se están formando en esta emergente cultura global, permeada en gran parte por las cinematografías mundiales, donde las políticas culturales de cada país serán determinantes para mantener un equilibrio entre una oferta cinematográfica distribuida inequitativamente por las empresas concentradoras de la distribución y exhibición, y la conservación de la memoria colectiva de una nación, uno de cuyos insumos principales lo es su propia cinematografía.

Referencias bibliográficas

- Alejo, J. (2012, 23 agosto). Al alza, el valor de la cultura. *Milenio, Cultura*. Disponible en <http://bit.ly/2fedmEN>.
- IMCINE [Instituto Mexicano de Cinematografía] (2013). *Anuario Estadístico de Cine Mexicano 2013*. CDMX: Imcine/Conaculta. Disponible en <http://bit.ly/2f9Qg3p>.
- IMCINE [Instituto Mexicano de Cinematografía] (2014). *Anuario Estadístico de Cine Mexicano 2014*. CDMX: Imcine/Conaculta. Disponible en <http://bit.ly/22aGJZZ>.
- IMCINE [Instituto Mexicano de Cinematografía] (2015). *Anuario Estadístico de Cine Mexicano 2015*. CDMX: Imcine/Conaculta. Disponible en <http://bit.ly/2fBpeVV>.
- Casas, M.L. (2000). *Medios de comunicación y libre comercio en México*. CDMX: Trillas/ITESM Universidad Virtual.
- Getino, O. (2007). Los desafíos de la industria del cine en América Latina y el Caribe. *Zer*, 22, 167-182. Disponible en <http://bit.ly/2ewlQ9g>.
- Hinojosa Córdoba (2003a). *El cine mexicano. De lo global a lo local*. México: Trillas.
- Hinojosa Córdoba (2003b). El cine mexicano y su público en Monterrey: un análisis sobre la exhibición y los espectadores de 2002. *CATHEDRA*, 3, (7), Monterrey: Universidad Autónoma de Nuevo León, 107-115.

- Hinojosa Córdova (2004). El cine mexicano: un caso de recepción cinematográfica. En *LOGOS CC*, 3, (2), 43-52.
- Hinojosa Córdova (2006). El cine mexicano y el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN): un análisis multidimensional. En A. Peimbert y R. Gómez (Eds.), *Comunicación para el desarrollo en México*, Libro colectivo AMIC 2006, (pp. 307-350). México: AMIC y Universidad Latina de América.
- Hinojosa Córdova (2007a). *El cine mexicano. La identidad cultural y nacional*, México: Trillas.
- Hinojosa Córdova (2007b). Una historia local en el horizonte mundial: El cine mexicano en Monterrey. *Global Media Journal México*, 4, (8). Disponible en <http://bit.ly/2dZoARr>.
- Hinojosa Córdova, L. (2010). Cine transnacional y espectadores globales: consumo y recepción de películas mexicanas en Monterrey, México. En J. Nieto (ed.). *Sociedad, desarrollo y movilidad en comunicación*, (pp. 310-326). Tampico: Universidad Autónoma de Tamaulipas, Disponible en <http://bit.ly/2fsoujp>.
- Hinojosa Córdova, L. (2012). Economía política del cine mexicano: oferta y consumo de películas nacionales en Monterrey, México (2001-2010). *Eptic Online, Revista Electrónica Internacional de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación*, XIV (3). Disponible en <http://bit.ly/2fekfGj>.
- Hinojosa Córdova, L. (2013). Cine transnacional y espectadores globales: oferta y consumo del cine mexicano en Monterrey 2001-2010. En Hinojosa Córdova, L.; De la Vega, E. & Ruiz, T. (Coords.). *El cine en las regiones de México*. (pp. 277-302). Monterrey: Universidad Autónoma de Nuevo León.
- México (2010). *Ley Federal de Cinematografía*, Diario Oficial de la Federación, última reforma publicada DOF 28-04-2010, México, D. F., Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión.
- Mosco, V. (2009). *The Political Economy of Communication*. Second Edition. London: SAGE Publications Ltd.
- Wasko, J. (2006). La Economía Política del Cine. *CIC Cuadernos de Información y Comunicación*, 11, 95-110. Traducción de Carles Llorens-Maluquer.