

# El audiovisual y el desarrollo económico regional en Jalisco

*The audiovisual and regional economic development in Jalisco*

• Enrique E. Sánchez Ruíz  
Universidad de Guadalajara

DOI: <http://dx.doi.org/10.15304/ricd.2.9.5591>

## NOTAS BIOGRÁFICAS

**Enrique E. Sánchez Ruíz** es licenciado en Ciencias de la Comunicación, ITESO (Guadalajara, México); Master of Arts en Comunicación y Desarrollo y Doctor of Philosophy en Educación y Desarrollo, Universidad Stanford (Estados Unidos). Profesor-Investigador, Universidad de Guadalajara.

Contacto: [enrisanchez@prodigy.net.mx](mailto:enrisanchez@prodigy.net.mx)

## Resumen

Con un enfoque histórico estructural, se articulan en este texto los niveles global y microeconómico para producir un diagnóstico sobre la emergencia de un polo de producción cinematográfica en la segunda ciudad de México. Mostramos el proceso de nacimiento de un distrito productivo de la industria audiovisual, en el área metropolitana de Guadalajara.

## Abstract

Departing from a historic-structural approach, this research articulates the global and the microeconomic levels to produce a diagnosis on the emergence of a cinema production pole in the second city of Mexico. It is shown the birth of a productive district of the audiovisual industry in the metropolitan area of Guadalajara, México.

## Palabras clave

Industria cinematográfica, desarrollo regional, clúster.

## Keywords

Motion picture industry, regional development, cluster.

## Sumario

1. Introducción
2. ¿Qué es un clúster?
3. Medios audiovisuales y su “cadena de valor”
4. Un clúster audiovisual en la zona metropolitana de Guadalajara
5. Del “capital humano” a otras formas de capital
6. Establecimientos “ancla”: un gran estudio

7. Distribución y exhibición

8. Colofón

### *Contents*

1. Introduction

2. What is a cluster?

3. Audiovisual media and their “value chain”

4. An audiovisual cluster in the metropolitan area of Guadalajara

5. From “human capital” to other forms of capital

6. Establishments “anchor”: a large study

7. Distribution and exhibition

8. Colophon

## 1. INTERVENCIONISMO ESTATAL Y DEMOCRATIZACIÓN DE LA COMUNICACIÓN

A partir de un enfoque histórico estructural, se articulan en este texto los niveles global y microeconómico para producir un diagnóstico sobre la emergencia de un polo de producción audiovisual en la ciudad de Guadalajara, México. Mostramos el proceso de nacimiento de un distrito productivo<sup>1</sup> de la industria audiovisual, en particular de la industria cinematográfica, en el área metropolitana de Guadalajara<sup>2</sup>. Es relevante que esté sucediendo este desarrollo en un país en el que la operación y el control de los medios de comunicación, en particular de la industria cinematográfica, están altamente centralizados en la Ciudad de México (Sánchez Ruíz, 1987; Muñoz y Gómez, 2011). Este polo de desarrollo del audiovisual estará contribuyendo, a su vez, al desarrollo económico en el estado de Jalisco, además de al desarrollo cultural. Aclaramos que, si bien estaremos refiriéndonos a una industria *cultural*, nosotros ponemos aquí el acento principal en lo *económico* en este proceso.

En los últimos decenios han surgido esfuerzos por “medir”, o determinar el valor económico de la cultura; tanto de la llamada “alta cultura”, como desde luego, de las así denominadas “industrias culturales” (Siwek, 2015; Piedras, 2004; Michel, 2002; UNESCO, 2000). El descubrimiento del valor económico de la cultura, a su vez, ha llevado a la consideración de los medios de comunicación y otras industrias culturales como posibles ejes para proyectos de desarrollo económico (creación de riqueza, de fuentes de trabajo, etc.). También, por cierto, en algunos casos a desvirtuar en algún grado el valor estético, cultural, cualitativo del arte, considerándolo ahora principalmente como mercancía. Pero en el capitalismo es prácticamente imposible que los productos culturales y estéticos se sustraigan de la órbita de las mercaderías. Y finalmente, los bienes y productos culturales lo son porque significan, producen sentido, no tanto porque posean un valor de cambio. Pero no hay que quedarse valorativamente en uno sólo de los extremos: hablamos de *industrias que también son culturales*.

Hay ya muchos ejemplos históricos de la generación de agrupamientos productivos geográficamente concentrados de una rama de la industria cultural, de los cuales el caso más notable ha sido Hollywood. A principios del siglo pasado, comenzaron a mudarse algunos de los

entonces nacientes estudios estadounidenses, de la costa este de Estados Unidos (alrededor de Nueva York), hacia una zona boscosa de California. La eventual conformación de un “cluster”, o agrupamiento productivo (o distrito industrial), ocurrió poco a poco y *más o menos* espontáneamente, en términos históricos (Sánchez Ruíz, 2003; Kumar, Zwirbulis, Aleskey, Goszycki y Erösz, s/f). Es decir, en este caso no se trató de un proceso concertado o planeado, con fines explícitos de desarrollo regional, sino de los movimientos individuales de los grandes estudios (los grandes capitales cinematográficos), en ese tiempo en proceso de reorganización y consolidación, que buscaban las mejores condiciones posibles de rentabilidad. En los hechos, se generó un polo geográfico que eventualmente produjo sus propios “encadenamientos hacia delante y hacia atrás” (Hirschman, 1977), es decir, sus propias “cadenas productivas”<sup>3</sup>, que significaron precisamente la formación de ese agrupamiento productivo, o “clúster”, cinematográfico, pero que con el paso del tiempo cubrió todo el *sector audiovisual*, incluyendo la producción cinematográfica, televisiva, del video y, más en general, prácticamente de la llamada “industria del entretenimiento” (Scott, 2004). Estamos hablando, por ejemplo, en el campo de los mercados de trabajo, del encadenamiento de actividades no solamente directa e inmediatamente relacionadas con la audiovisual (actores, directores, guionistas, músicos, escenógrafos, camarógrafos, etcétera), sino también, por ejemplo, de diversos tipos de técnicos (electricistas, carpinteros y numerosos otros), y de actividades económicas complementarias de otras clases, que tienen que ver desde con los insumos financieros, incluyendo el *management* y labores de oficina, hasta otras actividades como “catering”, restaurantes y hotelería.

Desde los años cuarenta se tenía en México una visión clara de este tipo de enlaces, de acuerdo con esta cita de Julia Tuñón:

El público debe conocer que una película requiere de escritores especializados, adaptadores dialoguistas, músicos, escenógrafos, elementos de construcción de sets, pintores, escultores, carpinteros, yeseros, mecanógrafos y cuerpos de producción que trabajan incesantemente en las oficinas en la preparación y planteamiento de las producciones; directores, camarógrafos, técnicos de sonido, fotógrafos, laboratoristas, artistas, rotulistas, impresores, concertistas, etc., etc., aparte de miles de obreros que forman los grupos de iluminación, utilería, electricidad, etc., etcétera (Julia Tuñón, 1986).

El cine nacional proporciona beneficios a establecimientos que alquilan o venden mue-

bles, cristalería, aparatos eléctricos, autos, instrumentos musicales, tapetes, camionistas, hoteleros, imprentas, restaurantes, etcétera.

Muchas modistas especializadas trabajan en la industria filmica y con ellas los institutos de belleza, maquillistas, peluquerías, perfumistas...

Las locaciones en exteriores hacen que se consuman grandes cantidades en transportes, alojamientos de artistas y técnicos, y con ello lleva aparejado el que todo este personal gaste sus sueldos en la adquisición de recuerdos con que obsequian a los familiares, dando vida a pequeños pueblecitos (De Salazar, 1943, en Tuñón, 1986, p. 38).

## 2. ¿QUÉ ES UN CLÚSTER?

Esta es la castellanización del vocablo inglés *cluster*. Una traducción de *cluster* es “racimo”, aglomeramiento, o agrupamiento. A los clústers, en el sentido en que los referimos aquí, se les suele denominar “agrupamientos (conglomerados, complejos) productivos”. Lo importante es la noción de red, de eslabonamientos, finalmente, de cooperación, aun en competencia (Porter, 1990). Se trata del desarrollo, dentro de una misma área geográfica, de un conjunto de firmas de una misma rama o sector económico, que compiten, y/o se complementan (por encadenamientos productivos), con lo que contribuyen significativamente al desarrollo regional, en virtud de complementariedades y *sinergias* que potencian sus operaciones individuales y colectivas. En este sentido, un agrupamiento productivo, cuando efectivamente está “bien encadenado”, puede constituir toda una región económica, en la que se integran diferentes actividades y mercados, para proveer trabajo y riqueza en esa unidad geográfica. La simple copresencia de firmas productivas de una misma rama, puede producir *sinergias*, o lo que A. Marshall señalaba como “economías externas”, o ventajas económicas no atribuibles a cada empresa individual, sino que surgen a partir del conjunto del agregado productivo, fruto del constante contacto e intercambio de los agentes económicos con su entorno (Becattini, 2002).

Un aglomeramiento industrial no necesariamente surge de manera espontánea históricamente, como más o menos sucedió con Hollywood. Ni únicamente y gracias a “fuerzas del mercado” dejadas a su “libre funcionamiento”. Con frecuencia, la conformación de distritos industriales ocurre a partir de procesos de pla-

neación económica regional y políticas públicas. Si bien hay casos intermedios en muchos puntos de lo que pudiera pensarse como un continuum, hay ejemplos de clústers, o agrupamientos productivos, que obedecen a un proceso de planeación y de acuerdos múltiples entre las entidades propiamente económicas (empresas que suelen competir entre sí), las gubernamentales y otras de apoyo, como pueden ser asociaciones de negocios, o las universidades, a partir de sus funciones sustantivas como la docencia y la investigación. Así, por ejemplo, hay algunos clústers del sector audiovisual en España, que surgieron de esta forma, como el de Galicia, Valencia, Cataluña o el del País Vasco (Casado, 2005). En Jalisco, recientemente se ha conformado un “clúster” del software y multimedia, a partir de este tipo de acuerdos y procesos de planeación, apoyados por políticas públicas gubernamentales (Díaz Pérez, 2007; Jaén Jiménez, 2007). A veces, la intervención gubernamental se reduce a la promoción y atracción de inversiones; muy frecuentemente se trata de “orquestraciones” casi completas que surgen de oficinas de planeación económica o similares. Por otro lado, aunque el acercamiento de clústers, propuesto por Michael Porter (1990; 1998), se refiere básicamente a la escala local, o de desarrollo regional, también se puede aplicar a otras escalas, como la del establecimiento de agrupamientos nacionales (especialmente cuando el país en cuestión es suficientemente pequeño, como el Uruguay, aunque siendo un país altamente centralizado, propiamente el llamado “clúster audiovisual uruguayo” se está desarrollando en Montevideo).

Otros ejemplos de distritos industriales de este tipo son el clúster del vino del Valle de Napa, al norte de California (asociado con la universidad Stanford) y el de La Rioja en España (con su enlace universitario también). Otro complejo industrial o clúster importante del estado de California es el “Valle del Silicio”, al sur del área de la Bahía de San Francisco. Los agrupamientos productivos pueden entonces constituirse a partir de actividades económicas de prácticamente cualquier sector, en la base de procesos de desarrollo regional a diversos niveles. Como resulta claro en el caso de Hollywood, una aglomeración industrial con sus encadenamientos puede constituir el eje de toda una región económica, política e incluso cultural, aunque pueden coexistir en una misma ciudad o región diversos otros clústers, como ocurre en la misma ciudad de Los Angeles, California. En el caso de esta ciudad (zona metropolitana a la que pertenece Hollywood), se corrobora que una

región geográfica puede ostentar diversos tipos de clústers, en muchas actividades como la aeroespacial, la editorial u otras industrias. Entonces, cuando hablamos de la deseabilidad, o de la factibilidad de un agrupamiento particular, en una rama determinada de la economía, no estamos excluyendo otras posibles actividades económicas.

Hay dos dimensiones de un clúster, que se traducen en lo que los especialistas llaman economías de aglomeración, de escala y de tamaño (Globerman, Shapiro y Vining, 2005):

Una dimensión horizontal, que significa simplemente la coexistencia de empresas de la misma rama o sector. La co-presencia de una serie de firmas que producen un mismo bien o proporcionan un mismo servicio es una condición necesaria, pero no suficiente para que exista un agrupamiento productivo. Por ejemplo, una serie de fábricas de alta tecnología pueden localizarse en cierta región común, en virtud de que exista alguna condición favorable, como una mano de obra barata, o estímulos fiscales. Pero si éstas, por ejemplo, importan todos sus insumos de otras partes del mundo (o de otras partes del mismo país) y no propician el desarrollo de empresas locales que les provean materias primas, o bienes intermedios, o servicios para su propia producción, entonces no se generan tales “enlaces hacia atrás” (Hirschman, 1981) o encadenamientos productivos, que se pudieran traducir en la conformación de un polo de desarrollo regional más integrado. Efectivamente, se generan empleos, pero todavía de manera limitada. Es mejor que existan en la misma zona geográfica más integraciones productivas.

La otra dimensión es vertical, ya que se refiere precisamente a encadenamientos productivos del tipo insumo-producto; es decir, se desarrollan regionalmente empresas proveedoras, que surten las necesidades de otras. Esta forma de eslabonamientos “hacia atrás” y “hacia delante” se refiere a las llamadas “cadenas de valor”.

Además de las firmas que compiten, otros componentes institucionales posibles de un “cluster” son actividades complementarias:

Gubernamentales (Políticas públicas favorables, dotación de infraestructura, subsidios, etc.);

Asociaciones y cámaras, sindicatos; se pueden concertar acciones comunes aunque los actores individuales compitan entre sí.

Universidades (Desarrollo de recursos humanos, investigación y desarrollo en el área determinada de operación del complejo productivo, etc.).

Otras.

El desarrollo de un “clúster” lo suele favorecer el establecimiento de una firma de gran tamaño, o varias, que impulsen las articulaciones productivas en la rama económica de que se trate. Por ejemplo, en la industria audiovisual, uno o varios estudios cinematográficos grandes pueden ser un elemento dinamizador. Nos referimos a una suerte de equivalente a las empresas “ancla”, que en los centros comerciales se constituyen en principal atracción, como un gran supermercado, o un complejo de cines (o ambos). Por ejemplo, en la ciudad de Leipzig, donde había decaído un agrupamiento editorial que alguna vez existió, y habiendo declinado también la actividad industrial luego de la unificación de las dos Alemanias, en pocos años surgió durante los noventa un clúster mediático audiovisual gracias a que se instaló ahí una red pública de radio y televisión, la *Mitteldeutscher Rundfunk* (MDR). A partir de ésta, se generó todo un polo de industrias mediáticas, alrededor de la producción de cine y televisión, nuevos servicios electrónicos/medios interactivos, diseño y otros (Barthelt, 2002). La empresa “ancla” puede ayudar, pero no es suficiente, pues lo que constituye a un clúster es precisamente la coexistencia de un número más o menos considerable de firmas de la misma rama (por ejemplo, de producción audiovisual), compitiendo por los diversos mercados en los que operan:

La eficiencia del conjunto del complejo es mayor a la de cada empresa aisladamente por las externalidades que genera cada empresa para las demás; es decir, la acción de cada empresa genera beneficios tanto para sí como para las demás empresas del complejo, por las siguientes 5 razones:

La concentración de empresas en una región atrae más clientes, con lo que el mercado se amplía para todas más allá de lo que sería el caso si cada una estuviese operando aisladamente.

La fuerte competencia a que da lugar esta concentración de empresas induce a una mayor especialización, división de trabajo, y, por ende, mayor productividad.

La fuerte interacción entre productores, proveedores y usuarios facilita e induce un mayor

aprendizaje productivo, tecnológico y de comercialización.

Las repetidas transacciones en proximidad con los mismos agentes económicos generan mayor confianza y reputación lo que redundará en menores costos de transacción.

La existencia del complejo, con conciencia de sí, facilita la acción colectiva del conjunto en pos de metas comunes (comercialización internacional, capacitación, centros de seguimiento y desarrollo tecnológico, campañas de normas de calidad, etc.) (Ramos, 1999).

Por otra parte, en el entorno de un clúster, compañías que compiten en un mercado, aun cuando la competencia estrictamente económica sea exacerbada, pueden colaborar en otros órdenes, en términos de objetivos e intereses comunes de mediano y largo plazo, de frente, en contra de, o en conjunción y colaboración con entidades gubernamentales. Por ejemplo, durante más de medio siglo las grandes transnacionales del cine estadounidense (las llamadas “majors”) han colaborado entre sí por medio de su asociación, en la Motion Picture Association of America. Esta misma agrupación se convirtió en un grupo cabildero con singular poder, tanto en su propio país, como de frente a gobiernos de muchos otros países. Como lo mencionamos en otra parte, en el origen y desarrollo de un “clúster” esta colaboración puede estar concertada e institucionalizada, en una entidad en la que confluyan firmas privadas, instancias gubernamentales, sociales, y universidades (tanto públicas, como privadas).

Las redes de colaboración pueden pensarse en términos de capital social, como dicen unos analistas:

Los esfuerzos de coordinación requieren redes que son una forma de capital social. Hay estudios, realizados desde la perspectiva del capital social, sobre la manera en que las características de una red dentro de un centro de investigación afectan el desempeño de los trabajos de investigación y desarrollo (...). Una forma más importante de capital social, desde la perspectiva de la investigación y el desarrollo, es la red de actores organizacionales en los niveles regional y nacional. Ésta es un área importante a la que la actividad empresarial pública puede contribuir de manera importante para el desarrollo económico (Ostrom y Ahn, 2003, pp. 199-200).

La Universidad es un mediador ideal para el logro de la colaboración entre las empresas y, especialmente, de éstas con el gobierno. Puede tener un papel fundamental en las posibilidades de creación y desarrollo de un clúster:

En el plano educativo propiamente, puede proporcionar los conocimientos y habilidades requeridas por el desarrollo tecnológico, socio-económico y cultural. En este aspecto, se adecúa la oferta educativa a condiciones de demanda del entorno productivo.

En el de la investigación, produce información y conocimiento punteros (tecnología, procesos, etc.), que fundamenten las propuestas de políticas públicas, los desarrollos tecnológicos y los de contenidos, en el caso que se propone aquí.

En la vinculación: desde la propia Universidad pueden surgir las propuestas, planes y programas de desarrollo regional, basadas en sus otras funciones sustantivas.

La Universidad podría coordinar y canalizar esfuerzos de los sectores privado y gubernamental.

### 3. MEDIOS AUDIOVISUALES Y SU “CADENA DE VALOR”

Es interesante que una noción aplicable al desarrollo capitalista regional como la de la “cadena de valor” por enlaces productivos de insumo-producto es rastreada al mismo Karl Marx. Puesto que quien propuso el siglo pasado un marco de análisis—y de planeación—del desarrollo regional, basado en los eslabonamientos productivos fue el economista estadounidense Albert O. Hirschman (1977), quien llamó a su enfoque un “micromarxismo”. Recordemos el análisis de Marx de los encadenamientos entre los “Departamentos I y II”, que se proponía en un razonamiento macro-económico, y del cual se apropió creativamente Hirschman, al aplicarlo de una manera que enlazaba los niveles micro y macroeconómicos<sup>4</sup>. Entre otras cosas, este enfoque dio un giro dinámico, procesual y complejo, al análisis del desarrollo económico regional.

Recordemos que, desde un punto de vista muy general, la cadena de valor consiste en tres grandes fases: producción, distribución y consumo. Será conveniente aclarar que, cuando hablamos aquí de *industria* audiovisual, ya sea con respecto al cine o a la televisión, o al video,

nosotros ponemos el énfasis en el aspecto *productivo*, más que en la distribución o en el *consumo* (lo que no significa que se ignoren estos aspectos, vitales para que se “realice” el producto generado, con un valor añadido). Aquí nos importa hacer un recuento y una evaluación de si es posible que se esté desarrollando en el corto y mediano plazos una industria de la *producción* audiovisual, que eslabonada con las cadenas de valor de otros medios y ámbitos (cine, televisión, video, música), estaría conformando un complejo, conglomerado o clúster del audiovisual en el área metropolitana de Guadalajara. Entonces, si bien son importantes las salas cinematográficas (“los cines”) en tanto lugares de fruición del llamado séptimo arte, éstas no son necesariamente representativas de la *industria cinematográfica mexicana*, o *jalisciense* en su caso, puesto que exhiben en su enorme mayor parte películas extranjeras. Y cuando exhiben cintas mexicanas, éstas rara vez son jaliscienses. Además, el mero consumo local de productos audiovisuales producidos localmente sería insuficiente para que se desarrolle tal industria regional.

Si bien el proceso de producción audiovisual se puede dividir en tres fases: preproducción, producción y postproducción, cualquier industria mediática a su vez se puede dividir analíticamente en tres etapas principales: la producción, la distribución y la etapa final de la exhibición/venta/consumo. De hecho, cualquier mercancía<sup>5</sup> pasa por tales etapas, aunque quizás se deberían añadir otras, previas y posteriores. Desde el punto de vista económico, todo comenzaría con el financiamiento<sup>6</sup>. Así, el llamado “circuito del capital” consta de las fases siguientes:

$$D \Rightarrow M (FT, MP) \Rightarrow P \Rightarrow M' \Rightarrow D'$$

Una cantidad de dinero (D) se invierte en la compra de ciertas mercancías (M) a saber: Fuerza de Trabajo (FT) y Medios de Producción (MP)<sup>7</sup>. Estas mercancías se “ponen a trabajar” en el proceso de Producción (P), para generar una nueva mercancía (M')<sup>8</sup>, incrementada con valor agregado, que a su vez tiene que entrar en una etapa de circulación y de venta final, o de “realización” (pues de nada serviría a nadie el que no se realizara la venta final a algún consumidor). A su vez, se producirá una cantidad de dinero mayor a la original (D'), al realizarse efectivamente ese valor añadido, generado a través de todo el proceso, especialmente durante la fase de Producción (Sánchez Ruíz, 1983). En el mejor de los casos, el excedente logrado se reinvertirá para renovar el ciclo (reproducción

ampliada) y entonces decimos que existe un proceso de acumulación de capital. Digamos que esta representación del circuito del capital es también la representación más general de la denominada “cadena de valor”: Primero se necesita capital para financiar la actividad industrial de que se trate. Se adquieren la tecnología, maquinaria y equipo, plantas físicas, etc. y los diferentes tipos de insumos necesarios, así como el “*capital humano*” de todo tipo (desde personal administrativo, secretarial, técnico, creativo, etc.) que entra a trabajar en los diferentes aspectos, los cuales giran alrededor del proceso de producción. Una vez terminados los productos finales, se deben distribuir y, finalmente, hay que establecer diversas estrategias de venta, una de las cuales, por cierto, puede ser mediática, pues la publicidad y el mercadeo suelen contribuir de manera importante para el logro de la realización final de las mercaderías. En el caso de las industrias audiovisuales, decíamos antes, el proceso de producción a su vez se suele subdividir en tres fases: la *preproducción* (todo tipo de actividad preparatoria, desde la escritura de un guión, pasando por todo un proceso de planeación y programación; el llamado *casting*, etc.); para llegar a lo que finalmente es el “rodaje” de una película: la *producción* (el rodaje/grabación/filmación); y la *postproducción* (toda la edición y el montaje, que antes se hacían con medios artesanales como la moviola, pero que hoy en día son realizados casi completamente de manera digital). Esto, de nuevo, se refiere solamente, de manera resumida, a la producción<sup>9</sup>.

Ahora bien, todos los aspectos del circuito del capital pueden ocurrir en una sola unidad geográfica; o puede ser que cada fase suceda, en principio, en un lugar diferente. Si bien lo anterior fue originalmente pensado —en principio— para el proceso industrial en el seno de un solo Estado-nación, el proceso de acumulación de capital descrito podría efectuarse en un solo municipio (digamos, el de Guadalajara), o en una región un poco más amplia (digamos, una zona metropolitana, como la de Guadalajara, en el estado de Jalisco), etcétera. En el otro extremo, Christian Pallois (1977) describía en los años setenta lo que él llamaba “el proceso de internacionalización del capital”, en términos de que cada fase de un circuito de capital podía provenir u ocurrir en un lugar diferente del mundo. Por ejemplo, el capital financiero (con su propio circuito) podría provenir de un país; los otros aspectos podrían ocurrir en otras partes. La producción de diversas partes de un todo, podría tener lugar en lugares donde habría

determinadas “ventajas comparativas, o competitivas”, como mano de obra barata, o calificada, o disciplinada, o la existencia de materias primas, apoyos gubernamentales, o en el caso de películas o programas televisivos, donde hubiese determinados paisajes o locaciones, por ejemplo.

Habrà que recordar que ya pasó el tiempo de la producción cinematográfica “fordista”, cuando todo el proceso de producción ocurría en el interior de los grandes estudios, donde incluso solían construirse enormes sets y donde confluían muchos trabajadores de diversas ocupaciones, desde luego, incluyendo las estrellas. Hace ya muchos años que Hollywood, por ejemplo, descubrió (o... ¿contribuyó a inventar?) los esquemas post-fordistas de la producción flexible, en los que se aplicaría en mucho el esquema que describimos antes con respecto a la “internacionalización del capital” (Storper, 1989; Askoy & Robins, 1992; Allen, 2002).

Es un hecho que “la región Hollywood” se ha ido redefiniendo, al haberse ido reconfigurando la industria cinematográfica misma, del esquema fordista en los estudios tradicionales, ubicados en un solo lugar, a formas de especialización flexible que a su vez han significado la movilidad hacia prácticamente cualquier parte del mundo de varias de las fases del proceso de producción (Allen, 2002; Wayne, 2003). Pero las grandes corporaciones que rigen globalmente el negocio del cine continúan produciendo el efecto de sentido de que “moran en” o “provienden de” Hollywood, California, Estados Unidos (de hecho, sus oficinas centrales, siguen ahí; Sánchez Ruíz, 2003). No deja de existir el complejo del audiovisual, en un sentido más amplio que incluye a la televisión, que efectivamente constituye un clúster, ubicado precisamente en ese lugar (Allen, 2002).

Finalmente, a pesar de la fuerza de la globalización y los aparentes movimientos de “des-territorialización” que han ido ocurriendo en el mundo durante los últimos decenios, resulta claro también que el territorio cercano, lo local y el desarrollo regional no pueden dejar de ser fundamentales para la convivencia y la cohesión humanas, para las formas elementales y cercanas de la política, la economía y la cultura (Giménez, 1996; 2007; Corrales, 2007).

El cine sigue siendo un sector clave de las industrias culturales contemporáneas, aun con las mutaciones que las tecnologías digitales están introduciendo, en tanto mediaciones expresivas, y con el surgimiento de las múltiples nuevas plataformas de distribución de los relatos audio-

visuales. El cine y la TV también están cada vez más integrados en un mismo “espacio audiovisual”. Ante el proceso llamado de convergencia entre las tecnologías de información, las telecomunicaciones y las industrias culturales, se puede pensar que el eje para el desarrollo del sector de los “contenidos”, será una industria audiovisual consolidada. A su vez, una base fundamental de una industria audiovisual sólida es el desarrollo y consolidación de la actividad cinematográfica. La “convergencia digital”, puede resumirse en las posibilidades presentes y futuras de Internet para transmitir de manera simultánea imágenes y sonidos, información, etcétera. Las necesidades de contenidos en la autopista de la información, la educación y el entretenimiento, son enormes, y éstas se satisfacen principalmente, en México, con importaciones. Guadalajara tiene elementos de sobra para constituir un *cluster* audiovisual y, quizás, más ampliamente de industrias culturales (igual a como se habla de otros tipos de *clusters*, o de parques industriales, o como el “*cluster* multimedia” que ya se desarrolla alrededor de la perla tapatía).

#### 4. UN CLÚSTER AUDIOVISUAL EN LA ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA

El estado de Jalisco tiene una historia cultural muy importante. Tiene una tradición fuerte en el terreno de la literatura (Juan Rufo, Arreola, los talentos “jóvenes” como Dante Medina, Bañuelos y otros más jóvenes); en las artes plásticas (Juan Soriano, Orozco...); en la música, tanto en géneros populares como en la llamada música formal (Domingo Lobato, Consuelo Velásquez, Santana, Maná); en la arquitectura (Juan Barragán, González Gortázar); y en muchos otros campos creativos, entre ellos, el cine (Guillermo del Toro, Patricia Riggen). Además de los trabajos académicos de corte histórico, que describen las aportaciones de los grandes hombres y mujeres a las múltiples disciplinas creativas y artísticas, ha habido intentos recientes por documentar el “patrimonio cultural” del estado de Jalisco, los cuales, debido a la centralización en el estado, giran alrededor de personas, grupos e instituciones principalmente radicadas en la zona metropolitana de Guadalajara (Martínez, 1992; Chavoya, 1994; Chavoya, 2001; García, 2005). Igualmente, las políticas culturales en Jalisco se han caracterizado por su fuerte centralismo (Castro, 2010). Se corrobora en estos estudios diagnósticos la existencia de una gran riqueza en “capital



cultural<sup>710</sup>. En este sentido, el punto de partida de este trabajo consiste en considerar éste capital cultural en términos de potencial *capital social*, si una política pública es capaz de impulsar la conformación de redes apropiadas y movilizarlas hacia el logro de objetivos comunes de desarrollo (Millán y Gordon, 2004; Ostrom y Ahn, 2003). Por otra parte, además del capital humano, que se ha desarrollado mediante la educación formal y el aprendizaje en el trabajo, de hecho hay ya una base de personal que trabaja en el estado de Jalisco en el sector audiovisual.

Quizás se pueda comenzar con una comparación, con datos más o menos actuales del INEGI, que nos da cuenta de la enorme centralización de la producción audiovisual en México, pero donde también podemos observar que Jalisco y Nuevo León son entidades que tienen una presencia embrionaria tanto en términos de establecimientos, como de personal ocupado total (ver Tabla 1).

sentido contrario, si bien un 15 por ciento de los establecimientos se localizan en Jalisco, solamente un 13 por ciento del personal radicaba en la misma entidad. En 2004, si bien era el 16% de las unidades económicas que se ubicaban en Jalisco, daban cuenta de solamente el 8% del personal ocupado. Sigue siendo abrumadora la centralización, pero Jalisco y Nuevo León, respectivamente, son los que siguen en importancia cuantitativa a la Ciudad de México en estas actividades productivas. Se puede ver en la Tabla 1 también que hay un incremento moderado entre 2004 y 2014, de los indicadores mostrados para nuestra entidad, la cual sigue adelante de Nuevo León. Incluimos también datos de dos estados que en los últimos años han comenzado a despuntar de manera muy incipiente con respecto al cine, en gran medida debido a sus respectivos festivales “internacionales”. Sin embargo, se puede observar muy claramente que en verdad esto apenas comienza en tales localidades.

**Tabla 1. México, Industria Audiovisual, Indicadores seleccionados (2004, 2009, 2014)**

Indicadores Año	Unidades económicas	Personal ocupado total		Total de ingresos por suministro bienes y servicios (miles de pesos)		
		%	%	%	%	
Entidad						
2004	458	100%	17,529	100%	22,828,068	100%
Distrito Federal	257	56%	14,020	80%	21,441,689	94%
Guanajuato	29	6%	439	3%	194,886	1%
Jalisco	75	16%	1,317	8%	672,852	3%
Michoacán de Ocampo	36	8%	864	5%	111,591	0%
Nuevo León	61	13%	889	5%	407,050	2%
2009	461	100%	12,221	100%	11,113,750	100%
Distrito Federal	289	63%	8,309	68%	9,473,073	85%
Guanajuato	*	*	317	3%	185,263	2%
Jalisco	64	14%	1,401	11%	919,251	8%
Michoacán de Ocampo	35	8%	1,406	12%	136,361	1%
Nuevo León	53	11%	788	12%	399,802	4%
2014	550	100%	18,829	100%	19,518,698	100%
Distrito Federal	314	57%	11,951	63%	13,518,405	69%
Guanajuato	38	7%	1,192	6%	1,296,808	7%
Jalisco	85	15%	2,354	13%	1,935,567	10%
Michoacán de Ocampo	40	7%	1,063	6%	923,932	5%
Nuevo León	73	13%	2,269	12%	1,843,986	9%

Fuente: INEGI, Censos Económicos (2014). Sub-ramas seleccionadas: 51211 Producción de películas, programas para la televisión y otros materiales audiovisuales, 51212 Distribución de películas y de otros materiales audiovisuales, 51213 Exhibición de películas y otros materiales audiovisuales, 51219 Servicios de postproducción y otros servicios para la industria fílmica y del video

Así, podemos ver que del total de 550 unidades económicas que operaban en el país en las industrias fílmica y del video en 2014, el 57 por ciento se ubicaban en la ciudad de México, aunque 63 por ciento del personal ocupado total se registraba también en la capital de la república. Diez años antes, las respectivas proporciones eran de 56% y 80%, lo que muestra un cierto movimiento descentralizador. Un poco en

pero lo relevante de exponer estos datos radica en mostrar que, si bien la mayor parte de establecimientos, así como la mayoría del personal, se localizan en la Ciudad de México, en Jalisco se tiene ya una base para el desarrollo de esta actividad industrial en la entidad. Debemos aclarar que la mayor parte de establecimientos y trabajadores de Jalisco en el sector, se ubican en la zona metropolitana de Guada-

lajara. Esto se explica en gran medida debido a la enorme centralización que caracteriza al estado de Jalisco, mismo que refleja el de orden nacional (Sánchez Rúa, 1987). Por otro lado, en este momento no estamos considerando elementos cualitativos, sino solamente cantidades y proporciones. Pero de momento la industria audiovisual jalisciense es tan relativamente pequeña que no ha podido retener talentos como Guillermo del Toro, o Patricia Riggen, quienes en años recientes han tenido que emigrar para desarrollarse más plenamente como realizadores cinematográficos. La misma centralización en el país explica que, si existe un clúster de la industria cinematográfica en México, éste es el ubicado en la capital de la república, como lo muestra el estudio de Muñoz y Gómez (2011) sobre tal distrito industrial cinematográfico.

Históricamente, ha habido en Guadalajara una historia de “coqueteo” con la industria y la creación cinematográficas. Desde la época muda del cine hubo algunos esfuerzos por producir (Vaidovitz, 1989). Julia Tuñón (1986) documentó los intentos durante los decenios del cuarenta al sesenta del Siglo XX por establecer una serie de empresas y grupos de producción cinematográfica alrededor de Guadalajara, el frustrado “Hollywood tapatío”. En los años sesenta y principios de los setenta, la aparición del Festival Internacional Guadalajara de cortometraje, que si bien solamente alcanzó para cuatro ediciones, propició que muchos pobladores de esta ciudad se aficionaran a la producción de cine, como reseña Pedro Matute (2008), pero tampoco pudo despegar algo más en serio que intentos de aficionados, si bien algunos de ellos interesantes.

Ya en los años ochenta, la Universidad de Guadalajara, desde el Departamento de Investigación Científica y Superación Académica (DICSA, cuyo titular era Raúl Padilla López) propició la creación del Centro de Investigaciones y Enseñanza Cinematográfica (CIEC), para lo cual se contrató al historiador más importante del cine mexicano, Emilio García Riera. La primera versión del CIEC contaba con una unidad de enseñanza de realización, de la que se encargaba el director Jaime Humberto Hermosillo. Uno de sus alumnos fue Guillermo del Toro, quien a los 21 años fue productor ejecutivo de *Doña Herlinda y su hijo*, de Hermosillo, y poco tiempo después realizó *La Invención de Cronos*, que le mereció varios Arieles: mejor película, dirección, guión, mejor ópera prima, además del premio de la Semana de la Crítica en Cannes (“Festival de Cannes dio vida a mi carrera”, 2015). A partir del CIEC se generó la “Muestra

del Cine Mexicano”, única durante un par de décadas y que en sus últimas versiones devino ya en festival cinematográfico de alcance iberoamericano, primero, e “internacional” después (Universidad de Guadalajara, 2005). El ahora Festival Internacional de Cine de Guadalajara se ha convertido en un referente cultural fundamental y, por ejemplo, mediante acciones como la creación en 2003 del I Mercado de Cine Iberoamericano, ha servido para dinamizar los procesos de distribución de películas en el espacio de Iberoamérica, y ha coadyuvado poco a poco —después de más de treinta años— como multiplicador para la generación en la propia ciudad de un polo de producción importante. Sin embargo, en mucho ha contribuido la presencia cada año en Guadalajara de lo más granado de la cinematografía nacional e internacional, como motivación y aprendizaje para los grupos de videoartistas y cineastas de la plaza. En el caso de los largos y cortometrajes locales, cada vez más el Festival es una vitrina importante. La propia Universidad de Guadalajara ha coproducido desde los años ochenta un buen número de películas, tanto de corto como de largometraje<sup>11</sup>. Si llega a desarrollarse plenamente un distrito industrial audiovisual en la Perla Tapatía, en mucho se deberá a los impulsos pioneros de la Universidad de Guadalajara y al interés de Raúl Padilla López. A través de los últimos decenios, se han creado en la Universidad dependencias relacionadas al cine, como Cinefusión, productora, o Latinofusión, distribuidora, aunque luego han desaparecido para dar lugar a otras. Además, a partir de 2011 estableció la U. de G. su estación de televisión abierta, Canal 44, misma que interactúa con las otras instancias de producción audiovisual.

En la Universidad de Guadalajara y otras casas de estudio locales, ha habido desarrollos en el campo del video, que han redituado en varios premios nacionales e internacionales. A través de los años, diversas escuelas de ciencias de la comunicación de la ciudad, señaladamente el ITESO y el ITESM así como el Departamento de Imagen y Sonido del CUAAD (U. de G.) y el Centro de Arte Audiovisual (CAAV) han egresado personal con inquietudes audiovisuales, muchos con talento, de tal manera que por ejemplo en el campo del video han participado desde hace ya varios años en muestras y festivales internacionales (Rodríguez, 1996). De hecho, en los últimos decenios, en que han proliferado nuevas universidades en Guadalajara, casi cada una con su escuela de Ciencias de la Comunicación o similares, muchas de ellas han escogido el cine o el video como opción especializante.

Además, algunas escuelas específicamente de cine han surgido en la ciudad. En el Directorio *La Brújula* ([labrujulaaudiovisual.com](http://labrujulaaudiovisual.com)) hay registradas 15 escuelas de cine y de video, las cuales suponemos son las mejores de la ciudad<sup>12</sup>. A este personal especializado para cuya formación contribuyen las Universidades locales, podríamos añadir muchos tipos de actividades especializadas y complementarias, creativas y/o técnicas (guionistas egresados de carreras de letras, músicos, especialistas en animación computarizada, muchos otros quehaceres técnicos), los cuales ya están siendo contemplados en los currículos de carreras existentes.

Aun dentro del Festival Internacional, se han integrado algunas actividades de formación que nosotros suponemos eventualmente han redundado en el mejoramiento y la especialización de jóvenes que aspiran a desarrollarse dentro de la actividad. Así, desde 2008 se comenzó a realizar el llamado *Talent Campus* (después llamado "*Talents Guadalajara*"), donde algunos especialistas reconocidos realizan talleres, de actuación, dirección, dirección de fotografía, diseño sonoro, edición, guión y producción, etc. En general, esta efervescencia de actividades educativas está haciendo que se alcancen una demanda de jóvenes deseosos de realizarse en el cine, con una oferta de personas que desean impulsar el desarrollo de una industria cinematográfica tapatía.

El "capital humano" fundamental, entonces, se está desarrollando y acrecentando, lo que se nota en los registros del Directorio que acabamos de mencionar. Por ejemplo, en la edición impresa de 2010, se registraban 9 casas productoras, y para el de 2014 había 44 (en la versión en línea cuando esto se escribía, había 95 casas productoras, aunque solamente alrededor de la mitad eran de Jalisco (ibídem). Se registraban además por lo menos 24 productores (95 en la versión en línea, donde ya se integraban los de la Ciudad de México). El área metropolitana de Guadalajara parece contener ya un número importante de los puestos directamente involucrados en el proceso de preproducción-producción-posproducción audiovisual: guionistas, personal de *casting*, actores, dobles, productores, directores, asistentes de dirección, continuistas, documentalistas, directores y asistentes de fotografía, directores de arte, vestuaristas, maquillistas, escenógrafos, compositores y músicos, editores, sonidistas, etcétera (idem.).

Entonces, el argumento cuantitativo del paulatino crecimiento de la magnitud y proporción de personal en la industria audiovisual va adqui-

riendo otras dimensiones al tener en cuenta aspectos cualitativos como, por ejemplo, el que las realizaciones del personal que labora en la Perla Tapatía comienzan a ser poco a poco distribuidas y exhibidas y, aun más, han sido aceptadas o invitadas, e incluso premiadas, en algunos festivales importantes, tanto nacionales como extranjeros (De Santos, 2012; "Cine tapatío para despertar conciencias", 2015; "Fecha de Caducidad recibe premio en Francia", 2013).

## 5. DEL "CAPITAL HUMANO" A OTRAS FORMAS DE CAPITAL

En una representación simplificada de la cadena de valor de la industria audiovisual, desde un punto de vista estrictamente económico ésta comenzaría con las inversiones necesarias. No voy a hacer una exposición detallada del capital financiero que hay en la zona metropolitana de Guadalajara, pero siendo la segunda metrópoli en el país, podemos suponer que hay algunos excedentes que pueden dedicarse a invertir en la producción cinematográfica. Recordemos que en nuestro país los registros históricos muestran que la inversión privada en cine suele ser bastante escasa, y que es en realidad lo que invierte el gobierno federal lo que ha mantenido viva a la industria (Sánchez Ruíz, 2012; Imcine, 2015). Sin embargo, el estímulo fiscal denominado "Eficine 189" suele motivar a algunos inversionistas privados a poner algo de dinero en la producción de películas, además de los complementos que pueden obtenerse por la vía de otros programas de apoyo, especialmente del Instituto Mexicano de Cinematografía (Imcine). Se trata de:

Un estímulo fiscal para los contribuyentes que otorga el Artículo 189 de la Ley del Impuesto sobre la Renta y que apoya la producción o postproducción de largometrajes de ficción, animación y/o documental; así como la distribución de películas. A través de Eficine, los contribuyentes que inviertan en proyectos cinematográficos en México pueden obtener un crédito fiscal, equivalente al monto de su inversión, contra el impuesto sobre la renta en el ejercicio en el que se determine el crédito (Imcine, 2015).

Entre los otros estímulos que brinda el Imcine, además de para escritura de guión y desarrollo de proyectos, los más importantes son el Fidecine y Foprocine. El primero, "Fondo de Inversión y Estímulos al Cine, es un fideicomiso de apoyo a la producción, postproducción, distribución y exhibición de largome-

trajes (de 75 minutos o más) de ficción y/o animación que otorga apoyos vía capital de riesgo y créditos.” (Imcine, 2015). El segundo es similar, pero éste es para propiciar películas de buena calidad. Poco a poco, la combinación de estos estímulos y otros, han propiciado una reactivación en la actividad de producción de la industria mexicana de cine. También en Jalisco se ha notado un creciente interés por producir (Montesinos, 2014).

Quizás un ejemplo de participación exitosa de un inversionista privado en el cine, sea el caso de Jorge Vergara<sup>13</sup>, quien desafortunadamente no ha continuado más ligado a esta industria. En 1999, Alfonso Cuarón le propuso que apoyara financieramente la película *Y Tu Mamá También*, cosa que logró estableciendo Producciones Anheló. Se sabe muy bien que este largometraje resultó muy exitoso, en términos de taquilla, de crítica y de premios. Anheló siguió coproduciendo películas como *El Espinazo Del Diablo* asociado con las productoras Tequila's Gang (de Guillermo del Toro) y *El Deseo* (de Pedro Almodóvar). Anheló también produjo *Crónicas*, de Sebastián Cordero. Pero posteriormente Vergara dejó de invertir en el cine. Pudiera ser que se le convenciera de regresar. Por otro lado, en Guadalajara hay apoyos económicos de instituciones interesadas, como la propia Universidad de Guadalajara, así como el Gobierno del Estado, mediante la Secretaría de Cultura y la Comisión de Filmaciones del Estado de Jalisco.

## 6. ESTABLECIMIENTOS “ANCLA”: UN GRAN ESTUDIO

Una inversión que serviría mucho a la consolidación de un clúster de cine, decíamos antes, es el establecimiento de un gran estudio cinematográfico. Al principio de este escrito mencionamos que éste podría fungir como una “empresa ancla”, que pudiera producir encadenamientos y sinergias con establecimientos medianos y pequeños. Brevemente comentamos dos casos que no funcionaron.

Se dice que en los años ochenta, estando en una fiesta el cineasta Gustavo Alatriste con el entonces gobernador Enrique Álvarez del Castillo:

Después de varias copas juntos, Alatriste le propuso hacer de Guadalajara la Hollywood mexicana, y le pidió apoyo al gobernador, es más, invitó al gobernador y a su familia a formar parte

en la primera película que se filmara ahí. Entusiasmado, Álvarez del Castillo le cedió a precio irrisorio grandes hectáreas de terreno pertenecientes a Pensiones del Estado. Alatriste tomó posesión inmediata de estos terrenos e hizo una mini-fachada a la que pomposamente le llamó “Estudios Alatriste”<sup>14</sup>.

Al parecer, efectivamente, Pensiones del Estado le entregó veinte hectáreas a precio preferencial, pero finalmente nunca instaló los “Estudios Alatriste”, ni contribuyó al desarrollo de la producción cinematográfica en Guadalajara y finalmente murió el productor de *Viridiana* (de Luis Buñuel) habiendo hecho un excelente negocio. Esa fue una oportunidad perdida para la instalación de una empresa “ancla” que pudo haber generado eslabonamientos hacia delante y hacia atrás en una cadena productiva, que pudo haber acelerado el comienzo pleno de un clúster audiovisual jalisciense (Gómezturja, 2006).

Dentro del proyecto global original del Centro Cultural Universitario (CCU), de la Universidad de Guadalajara, se contemplaba el desarrollo de lo que se denominaría “Parque Mediático Los Belenes”, que operaría con el apoyo de capital privado. Este complejo contaría con foros de producción y grabación de cine y TV, tanto en interiores como en exteriores, áreas de talleres, almacenamiento, construcción y oficinas, laboratorios de postproducción y de sonido; entre otras instalaciones. En el caso de que este proyecto se hubiera cristalizado, hubiera existido la posibilidad de que constituyera un impulso para la posible eventual constitución del clúster audiovisual tapatío. Pero con el correr del tiempo, este “Parque Mediático” desapareció de los planes y al parecer ya no se le contempla en los proyectos del CCU (<http://centro-cultural-universitario-udg.blogspot.mx/>).

Lo que se anunció con bombo y platillo, por parte del gobierno de Jalisco, fue la inauguración en 2010 del llamado Chapala Media Park, augurado como el “Hollywood jalisciense”, por el entonces gobernador, Emilio González Márquez. A poca distancia del área metropolitana de Guadalajara, se le podría considerar como parte de un cluster regional, que incluiría municipios cercanos como el de Chapala. A pesar de contener por lo menos un foro de grandes dimensiones y facilidades para pre y post-producción, la fortaleza del Chapala Media Park es la animación y el diseño digital (“Los inquilinos del Chapala Media Park”, 2011). Así, se han establecido ahí empresas que a eso se dedican, como Gyroscopic Studios o Kaxan Media Group. “El

centro, formado por dos edificios, cuenta con áreas para la producción de largometrajes animados, audiovisuales, videojuegos, producción fílmica, efectos especiales, multimedia para teléfonos de última generación y producciones en tercera dimensión.” (Zapata, 2010). Perteneciente al Instituto Jalisciense de Tecnologías de la Información (Ijalti), éste también maneja un Centro de Software en la ciudad de Guadalajara, que complementa las actividades de animación, producción multimedia y de apps. Vemos entonces, perfilarse como una fortaleza del naciente distrito industrial audiovisual, la animación y el recurso a efectos especiales, incluyendo el uso de 3D. Sin embargo, este tipo de actividad es uno que está proliferando, de hecho, en muchos países, dados los desarrollos tecnológicos y el proceso de convergencia digital. Un aspecto que nosotros consideramos importante, es que en este tipo de producciones son necesarias, aunque no suficientes, los buenos “técnicos” (ingenieros especializados en animación, por ejemplo), pero para que se narren historias interesantes y atractivas se necesitan *buenos guiones y quienes los escriban*, así como quienes dirijan las producciones, los que afortunadamente se han estado desarrollando en Jalisco.

Otro complejo que complementará al Chapa Media Park, será el de la Ciudad Creativa Digital (CCD), que está en vías de establecerse (después de varios años —al escribirse esto— desde que el entonces presidente Felipe Calderón Hinojosa presentó la idea ante miembros de su gabinete y las autoridades jaliscienses, encabezadas por Emilio González Márquez). Si bien las expectativas levantadas han sido muy grandes, alrededor de la generación de un clúster de las tecnologías digitales y sus productos, el problema ha sido la tardanza en la cristalización del “hub” digital, que se supone atraerá capitales tanto nacionales como extranjeros y que articulará actividades económicas (Martín, 2015). En los últimos años, el gobierno por fin está impulsando su realización (Castillo, 2016).

Además de muchos grupos de producción audiovisual que han proliferado en Guadalajara, dedicados principalmente a la publicidad, video-clips, videos industriales, etc., también han ido surgiendo agrupaciones, organismos y oficinas dirigidas al impulso de la cinematografía. Así, en 2005, por iniciativa de la Universidad de Guadalajara, pero con el apoyo de un grupo de cineastas, se constituyó la Academia Jalisciense de Cinematografía, A.C., la cual busca apoyar los esfuerzos locales e independientes. La acción

más importante que han realizado es la solicitud al gobierno del estado para la creación de un Fideicomiso para la Producción de Cine de Calidad en Jalisco (Velazco, 2012). En 2010, se formó un Consejo Coordinador de la Industria Cinematográfica y Audiovisual de Jalisco (CCICA), que agrupa alrededor de 20 empresas de cine, animación, televisión y videojuegos. Sus objetivos giran en torno a generar proyectos de apoyo a la industria audiovisual.

El otro organismo que se creó fue la Comisión de Filmaciones del Estado de Jalisco, misma que se reactivó en 2012:

La Comisión de Filmaciones del Estado de Jalisco (COFIEJ) es un fideicomiso público que tiene como Objeto General detonar el desarrollo de una infraestructura cinematográfica, audiovisual y de publicidad en el Estado de Jalisco, así como impulsar que el territorio jalisciense sirva como escenario para el desarrollo de estas actividades. (Comisión de Filmaciones del Estado de Jalisco, 2012).

De hecho, prácticamente no hay una ciudad importante en el mundo que no tenga ya desde hace mucho tiempo una “Film Commission”, precisamente para atraer filmaciones externas e, incluso, extranjeras (Martínez 2003). En este tipo de actividad, además de que propicia cierta derrama económica por los gastos que se efectúan en la realización, se pueden condicionar algunos apoyos a la utilización de elementos locales, tanto en el aspecto técnico como en el de talento, lo que propicia que se lleven a cabo aprendizajes tanto individuales como colectivos, que a su vez redundan en el desarrollo de aspectos locales de la industria audiovisual (Nieto Malpica, 2015). De hecho, esto sucedió en varias ciudades de Canadá, donde atraían el rodaje de largometrajes o de series de televisión, y poco a poco comenzaron a desarrollar cuadros especializados, en una industria audiovisual propia. Complementariamente al tema que nos ocupa, es evidente que el estado de Jalisco tiene muchos lugares que sirven y han servido como locaciones, con o sin la mediación de la comisión fílmica local o de la nacional.

El gobierno de Jalisco creó un fideicomiso para apoyar económicamente las filmaciones que se desarrollen en el estado, con un fondo de 17 millones de pesos para 2015 y que creció en 2016 a 25 millones de pesos (“Cineastas demandan transparentar procesos”, 2014; Rivera, 2016). Sin embargo, a los cineastas locales no les ha parecido la premura de la convocatoria, ni la entrega a realizadores de fuera del estado, como Diego Luna (Huerta, 2015). El problema consistirá en, por ejemplo, darle continuidad a

otras bolsas como el fideicomiso de la Academia Jalisciense de Cinematografía y al Fondo Estatal para la Cultura y las Artes. Pero los cineastas y videoastas locales tienen todo el derecho de esperar apoyos gubernamentales locales, para fomentar su productividad.

### 7. DISTRIBUCIÓN Y EXHIBICIÓN

En principio, la información que hemos compartido hasta aquí sobre lo que constituye la producción audiovisual en el área metropolitana de Guadalajara, nos deja una muy buena impresión sobre el distrito industrial que vemos desarrollarse en el área metropolitana de Guadalajara y sus alrededores. Confirmamos que efectivamente se está conformando un polo de la producción fílmica en esta zona del país. Sin embargo, quedan dos fases fundamentales en la cadena de valor, que están altamente concentradas y es difícil remontar este obstáculo para la realización del producto cinematográfico, aun para la cinematografía nacional. Se trata de la distribución y la exhibición.

El de la distribución es un mercado altamente oligopolizado a nivel mundial, pues en casi todos los países del mundo capitalista lo controlan casi en exclusiva las seis grandes transnacionales que constituyen la *Motion Picture Association of America* (MPAA): Disney, Paramount, Sony Pictures, 20th Century Fox, Universal y WB, llamadas “las *majors*”. Veamos el Cuadro 2, donde se muestran los datos de la Cámara Nacional de la Industria Cinematográfica (Canacine), sobre los ingresos en taquilla de las empresas distribuidoras en México, en 2015:

**Tabla 2. Ingresos por distribuidora durante 2015**

Distribuidora	Millones de pesos	Porcentaje
Universal	\$3,064	22%
Disney	\$2,545	18%
Fox	\$1,776	13%
Warner	\$1,607	12%
Sony	\$1,280	9%
Videocine	\$1,109	8%

Distribuidora	Millones de pesos	Porcentaje
Paramount	\$767	6%
Corazon	\$431	3%
Diamond	\$331	2%
Gussi	\$271	2%
Zima	\$214	2%
Otros	\$404	3%
Total	\$13,799	100%

Fuente: Canacine (2016). Resultados Definitivos, 2015: <http://canacine.org.mx/wp-content/uploads/2014/04/Resultados-Definitivos-2015-ATI.pdf>.

Vemos que las *majors* dan cuenta del 80% de los ingresos en 2015, aunque omitimos a Videocine, subsidiaria de Televisa, que en realidad se debe considerar en el caso de México una más de las “*majors*”. Incluyendo a Videocine, entonces, tenemos casi el 90% (88%) de los ingresos por la distribución de películas en nuestro país.

A pesar de que el directorio *La Brújula* que mencionamos antes, tiene 35 entradas en el rubro de distribuidores, incluyendo las once del cuadro, una producción local tiene que optar por un rango muy estrecho de opciones para que se distribuya y se exhiba su película. Este nudo de botella de la distribución, aunado con el oligopolio de la exhibición cinematográfica en México, hace que se busquen salidas en las empresas pequeñas, luchando por participar en festivales, y por salir pronto en las otras “ventanas” del cine: la televisión de paga, el VoD (*Video on demand*), las nuevas modalidades de repositorios en internet (streaming), como Netflix o FilminLatino, etc.

El caso de la exhibición cinematográfica tradicional en México es de una mayor concentración en términos de que dos grandes empresas controlan casi todo el mercado: Cinemex y Cinépolis, que cubren el 95% de las salas en el país en conjunto (Martínez, 2013). Tenemos, entonces, un enorme escollo en la distribución y exhibición cinematográficas en el país, para los productores mexicanos en general y para los tapatíos más en particular. En Guadalajara se hacen algunos esfuerzos por exhibir en salas locales. Como es de esperarse, el Cineforo de la Universidad de Guadalajara ha hecho algunos esfuerzos por darle cabida a los

productos locales. Así, en 2012 presentó la “primera Muestra del Cine Jalisciense” que exhibió 15 largometrajes, cinco documentales y diez ficciones. Como suele suceder con los “eventos” de la Universidad de Guadalajara, esta muestra creció y se convirtió en “La gran Fiesta del Cine Mexicano”, que sin embargo continuó exhibiendo una gran proporción de filmes locales. Por ejemplo, en 2015 hubo 14 largometrajes jaliscienses (“Inicia la gran fiesta del cine mexicano” 2015). En 2013 comenzó un grupo independiente la Muestra de Cine Independiente Xalisco (MIAX), que incluyó en la edición 2016 a 35 filmes de Jalisco (largos y cortos), de los cuales 11 fueron de mujeres (“MiAx reúne 35 creadores de cine jaliscienses”, 2016). Es muy positivo que existan estas ventanas para dar a conocer lo que se hace en el estado de Jalisco (que por la propia centralización, sabemos es principalmente del área metropolitana de Guadalajara). Pero estos festivales y muestras solamente permiten una o dos funciones para cada producto. Por eso, es muy importante que nuestros artistas y productores audiovisuales volteen la mirada a los caminos alternativos al tradicional de la sala de cine.

En los años ochenta, Emilio García Riera comentó en una entrevista periodística que la “era Lumiere” había terminado ya, cuando se estaba generalizando apenas el uso del videocasete para ver películas. Es importante que quienes laboran en la industria audiovisual cambien un aspecto cultural, que le otorga la mayor importancia al consumo del “cine en el cine”, es decir en las salas de cine. Hoy en día los hábitos del público están cambiando y será cada vez más posible dejar de depender de las distribuidoras y salas de exhibición, altamente concentradas, para darle salida a los productos audiovisuales. Por ejemplo, hasta hace no mucho tiempo que la televisión era el medio en el que más consumían los mexicanos películas cinematográficas. En una encuesta que encargó hace unos años el Instituto Mexicano de Cinematografía (Imcine, 2010), el 73% de los mexicanos que respondieron veían las películas en la televisión, por 63% que lo hacían en las salas de cine (por cierto, las respuestas no eran mutuamente excluyentes). Sin embargo, continúan cambiando los hábitos, especialmente entre quienes tienen acceso a internet y especialmente los jóvenes, hacia el consumo de Netflix (“Mexicanos pasan más tiempo viendo Netflix que Televisa y Tv Azteca”, 2016), donde ven ya casi indistintamente, largometrajes cinematográficos, series de televisión y otros géneros y formatos audiovisuales. Entonces, vemos que las últimas

dos fases de la cadena de valor de la industria audiovisual sí son salvables y todo el aparato que hemos visto que se ha conformado en el área metropolitana de Guadalajara, en el aspecto de la producción, seguramente tiene vías de realización final entre públicos diferenciados, en las diversas pantallas.

## 8. COLOFÓN

Consideramos entonces muy importante fundamentar una política pública integral, que considere la posibilidad de la generación de las articulaciones o eslabonamientos pertinentes para que el clúster audiovisual llegue a existir plenamente. Cuando nos referimos a las industrias culturales, se trata de la conjunción de dos aspectos fundamentales de la vida humana: el desarrollo económico y el desarrollo cultural.

Si tenemos en cuenta que la televisión actual —y futura— está cada vez menos limitada en el número de canales que pueden transmitirse, que por el desarrollo tecnológico cada vez son más las opciones a través de las nuevas modalidades de televisión (la gratuita y la de paga, la llamada generalista y las de especialidad), nos daremos cuenta de que hay cada vez más necesidad de *programas*: informativos, de entretenimiento, de “realidad”, de ficción, de intención masiva o enfocados sobre “nichos” particulares de población, etc. No olvidemos que el cine y la TV están cada vez más integrados en un mismo “espacio audiovisual”. Recordemos además que desde hace muchos años el cine se ha constituido en un “género cinematográfico importante”, al contarse entre los primeros lugares en términos de la oferta programática televisiva (Sánchez Ruíz y Hernández, 2000). En la televisión de paga, las películas ocupan el primer lugar en la oferta de programas. Además, a todo esto se suma la llamada “convergencia digital”, que se puede resumir actualmente en las posibilidades presentes y futuras de la Internet para transmitir simultáneamente imágenes, y sonidos, información, etc. Es decir, las necesidades de la “autopista de la información, de la educación y el entretenimiento” en términos de contenidos a ser vehiculados, son ya enormes. Y estas necesidades se suelen satisfacer principalmente con importaciones.

Guadalajara tiene ya elementos de sobra para consolidar el cluster audiovisual y, quizás, más ampliamente cultural. Con visión de emprendimiento (*entrepreneurship*, como le llamaba Joseph Schumpeter a lo que finalmente es

capacidad de innovación), si se pone a trabajar orgánicamente el talento que, todos sabemos, existe en Guadalajara, acompañado y, quizás, en algún sentido “orquestado” por políticas públicas apropiadas, este distrito industrial audiovisual se llegará a consolidar.

amplio y de gran utilidad, comenzó como un trabajo escolar en el ITESO y ya se amplió a otras ciudades, como CDMX y Monterrey.

<sup>13</sup> Muy conocido propietario del equipo de futbol “Chivas” de Guadalajara y de Omnilife.

<sup>14</sup>

[http://weblogs.eluniversal.com.mx/weblogs\\_detalle3135.html](http://weblogs.eluniversal.com.mx/weblogs_detalle3135.html).

## NOTAS

<sup>1</sup> Hay muchas expresiones (aproximadamente) sinónimas, como clusters, distritos industriales, parques industriales, polos de desarrollo, “tecnopolos” o tecnópolis, redes de valor competitivas, sistemas complejos adaptativos, *milieux innovateurs*, agrupamientos industriales, productivos o competitivos, etcétera. Aquí no es nuestro deseo entrar en disputas teórico-ideológicas o técnicas, que a veces resultan más bien banales, así que preferimos usar la conjunción (“y”), en lugar de una disyunción (“o”), a modo de “síntesis creativa” (Ver. Sánchez Ruíz, 1992).

<sup>2</sup> Guadalajara, capital del estado de Jalisco, es la segunda ciudad en términos demográficos (tercera en cuanto a su economía) de la República Mexicana.

<sup>3</sup> Generación de cadenas de insumos/servicios/aprovisionamientos.

<sup>4</sup> Ibidem. De hecho, el mismo origen tiene la metodología de análisis de “insumo-producto”, o de “cuentas nacionales”, que propuso el ruso Wasily Leontieff en los años treinta del siglo pasado (Guerrero, 2000)

<sup>5</sup> Aunque insistiremos posteriormente aquí, y lo hemos hecho en muchos otros lados, que los productos culturales (películas, programas televisivos, libros, revistas, discos, etcétera) *no son ni pueden reducirse* a “simplemente mercancías”, porque son también propuestas de sentido y suelen ser también mediaciones expresivas estéticas. Pero debemos aceptar también su carácter de mercaderías en la sociedad capitalista.

<sup>6</sup> Dado que hablamos de industrias *culturales*, desde otro punto de vista todo comienza con una idea, o con una inspiración, o con un proceso creativo. Pero, de nuevo, recordemos que aquí analizamos la dimensión económica.

<sup>7</sup> Aquí deberíamos incluir desde maquinaria o tecnología más en general, así como materias primas, bienes intermedios, etcétera.

<sup>8</sup>  $M' > M$  es decir, que “eme prima” es mayor que “eme”, pues se le ha agregado valor en el proceso de trabajo. Entonces, igualmente  $D' > D$ .

<sup>9</sup> Con alguna frecuencia, las empresas y grupos de producción medianos y pequeños no compran, sino *rentan* el equipo, los estudios y facilidades de preproducción, producción y postproducción.

<sup>10</sup> Se podría también relacionar con la noción de “capital humano” de la economía neoclásica

<sup>11</sup> Ver un listado en el Apéndice I.

<sup>12</sup> Por cierto, en el directorio de la página web de la Comisión Mexicana de Filmaciones, en la entrada sobre “publicaciones de la industria” (<http://www.comefilm.gob.mx/ligas/publicaciones-de-la-industria>), la única publicación mexicana incluida es *La Brújula. Directorio de Producción Audiovisual*, de la ciudad de Guadalajara. Esto muestra el interés de grupos tapatíos por la industria y sus componentes. Este directorio muy

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Askoy, A. & Kevin R. (1992). Hollywood for the 21st Century: Global competition for critical mass in image markets. *Cambridge Journal of Economics*, 16 (1).
- Bathelt, H. (2002). The Re-emergence of a Media Industry Cluster in Leipzig. *European Planning Studies*, 10 (5).
- Becattini, G. (2002). Del distrito industrial Marshalliano a la Teoría del Distrito contemporánea. Una breve reconstrucción crítica. *Investigaciones Regionales*, 1.
- Calderón, L. (8 de marzo de 2015). ¿Quién está detrás de los estrenos en México? *Excelsior*. Recuperado de: <http://www.excelsior.com.mx/funcion/2015/03/08/1012196>.
- Casado, M. Á. (2005). Nuevas estrategias para el desarrollo del sector audiovisual en las comunidades autónomas. *Ámbitos, Revista Andaluza de Comunicación*, 13-14.
- Castillo, P. (21 de enero de 2016). Destrozan Ciudad Digital. *Mural, secc. Negocios*, p. 1.
- Castro de la Mora, O. J. (2010). *La Política Cultural en Jalisco*. Guadalajara: Secretaría de Cultura del Gobierno de Jalisco/Consejo Estatal para la Cultura y las Artes Jalisco.
- Chavolla, A. (coord.). (2001). *El Patrimonio Cultural del Estado de Jalisco*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara.
- Chavolla, A. (coord.) (1994). *El Patrimonio Cultural en el Estado de Jalisco. Programa de Investigación*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara.
- Cine tapatío para despertar conciencias (3 de octubre de 2015). *El Informador.MX*. Recuperado de: <http://www.informador.com.mx/entretenimiento/2015/617654/6/cine-tapatio-para-despertar-conciencias.htm>.
- Cineastas demandan transparentar procesos (12 de septiembre de 2014). *El Informador*.



Recuperado de:

<http://www.informador.com.mx/cultura/2014/548437/6/cineastas-demandan-transparentar-procesos.htm>.

- Comisión de Filmaciones del Estado de Jalisco (2012). *Filma en Jalisco. Nosotros. Guadalajara: Filma en Jalisco*. Recuperado de: <http://www.filmaenjalisco.com/#pnosotros>.
- Corrales, S. (2007). Importancia del cluster en el desarrollo regional actual. *Frontera Norte*, 19 (37).
- De Santos, V. (4 de junio de 2012). Dos de tres tapatíos nominados vuelven con el Ariel de la Academia Mexicana. *La Jornada Jalisco Sec. Cultura*, p. 10.
- Díaz Pérez, C. (2007) Las empresas de software en la Zona Metropolitana de Guadalajara. Perfiles, políticas públicas y resultados. *Gaceta Ide@s*, 19.
- Fecha de caducidad recibe premio en Francia (26 de marzo de 2013) *Azteca Noticias.com*. Recuperado de: <http://www.aztecanoticias.com.mx/notas/cultura/149476/fecha-de-caducidad-recibe-premio-en-francia>.
- García Canclini, N. (1996). Políticas culturales e integración norteamericana: una perspectiva desde México. En García Canclini, N. (coord.). *Culturas en globalización. América Latina-Europa-Estados Unidos: libre comercio e integración*. Caracas: Nueva Sociedad.
- García Canclini, N. (1995). *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*. México: Grijalbo.
- Giménez, G. (2007). *Estudios sobre la cultura y las identidades sociales*. México: Conaculta/ITESO.
- Giménez, G. (1996). Territorio y Cultura. *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, 2 (4).
- Globerman, S., Shapiro, D. y Vining, A. (2005). Clusters and intercluster spillovers: their influence on the growth and survival of Canadian information technology firms. *Industrial and Corporate Change*, 14 (1), 27-60.
- Gómezturja, E. (26 de julio de 2006). Alatraste, inmortalizado por la producción de su película *Viridiana*. *Crónica.com.mx*. Recuperado de: <http://www.cronica.com.mx/notas/2006/253017.html>.
- Guerrero, D. (2000). *La Teoría del Valor y el Análisis Insumo Producto*. Madrid: Theoría.
- Hirschman, A. O. (1981). *La Estrategia del Desarrollo Económico*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Hirschman, A. O. (1977). A generalized linkage approach to development with special reference to staples. En M. Nash (ed.). *Essays on Economic Development and Cultural Change in Honor of Bert F. Hoselitz*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Huerta, C. (13 de agosto de 2015). Aclaran controversia por cinta de Diego Luna. *El Universal*. Recuperado de: <http://www.eluniversal.com.mx/articulo/espectaculos/cine/2015/08/13/aclaran-controversia-por-cinta-de-diego-luna>.
- Imcine (2010). *Encuesta Nacional Evaluación del Cine Mexicano*. México: Instituto Mexicano de Cinematografía. Recuperado de: [http://www.imcine.gob.mx/OBLIGACIONES/TRANSPARENCIA\\_FOCALIZADA/informe\\_tf\\_2010.pdf](http://www.imcine.gob.mx/OBLIGACIONES/TRANSPARENCIA_FOCALIZADA/informe_tf_2010.pdf).
- Imcine (2015). *Eficine 189*. México: Instituto Mexicano de Cinematografía. Recuperado de: <https://www.imcine.gob.mx/estimulos-y-apoyos/eficine..>
- "Inicia la Gran Fiesta del Cine Mexicano" (18 de septiembre de 2015). *El Informador.com.mx*. Recuperado de: <http://www.informador.com.mx/entretenimiento/2015/615002/6/inicia-la-gran-fiesta-del-cine-mexicano.htm>.
- Jaén Jiménez, B. (2007). El software en Jalisco ¿El nacimiento de un cluster? *Gaceta Ide@s*, 19.
- Kumar, R.; Zwirbulis, J.; Aleskey, N.; Goszycki, M. y Ersöz, E. (s/f). *Hollywood Movie Cluster Analysis*. Warsaw School of Economics. Microeconomics of Competitiveness.
- Los inquilinos del Chapala Media Park. Crean videojuegos, series y apps. (16 de diciembre de 2011). *El Economista*. Recuperado de: <http://eleconomista.com.mx/entretenimiento/2011/12/16/inquilinos-chapala-media-park>.
- Martín, R. (1 de noviembre de 2015) La Ciudad Creativa como despojo urbano. *El Respetable.com*.
- Martínez, M. (2003) *Las Comisiones Fílmicas. Un nuevo Dispositivo para la Promoción Audiovisual*. Sevilla: Comunicación Social, Ediciones y Publicaciones.
- Martínez Redding, C. (coord.) (1992). *Enciclopedia Temática de Jalisco. Tomo VII, Arte*. Guadalajara: Secretaría de Cultura.
- Matute, P. (11 de marzo de 2008). El Festival Internacional Guadalajara de Cortometraje. *La Revista del Guión*.
- Miax reúne 35 creadores de cine jaliscienses. (2015, 11 de febrero). *Origen. Periodismo Democrático*.
- Michel, H. A. (2002). *Industrias culturales: Una aproximación hacia su cuantificación macroeconómica*. Guadalajara: Centro de Estudios Estratégicos para el Desarrollo.

- Millán, R. y Gordon, S. (2004). Capital social: Una lectura de tres perspectivas clásicas. *Revista Mexicana de Sociología*, 4.
- Montesinos, D. (14 de marzo de 2014). México: Creativos cinematográficos planean inversión a tres años en Jalisco. *Portada*, 5. Recuperado de: <http://mercadotecnia.portada-online.com/2014/03/14/mexico-creativos-cinematograficos-planean-inversion-a-tres-anos-en-jalisco/>.
- Muñoz, A. y Gómez, R. (2011). Análisis de la producción cinematográfica en la Ciudad de México 2006-2008. *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, 17 (34), 31-64.
- Nieto Malpica, J. (2015). Acotaciones del primer estudio académico de las Film Commissions de México: hacia un Modelo Ideal Mexicano. *Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación*, 2 (4), 62-71. Recuperado de: <http://www.revistaeic.eu/index.php/raeic/article/view/57>.
- Ostrom, E. y Ahn, T. K. (2003). Una perspectiva del capital social desde las ciencias sociales: Capital social y acción colectiva. *Revista Mexicana de Sociología*, año 65, 1.
- Pallois, C. (1977). The self-expansion of capital on a world scale. *The Review of Radical Political Economics*, 9 (2).
- Piedras, E. (2004) *¿Cuánto Vale la Cultura? Contribución Económica de las Industrias Protegidas por el Derecho de Autor en México*. México: Conaculta/SACM/SOGEM.
- Porter, M. E. (1998). Clusters and the New Economics of Competition. *Harvard Business Review*, november-december 1998.
- Porter, M. E. (1990). *The Competitive Advantage of Nations*. Nueva York: The Free Press.
- Ramos, J. (1999). *Una Estrategia de Desarrollo a Partir de los Complejos Productivos (Clústers) en Torno a los Recursos Naturales ¿Una Estrategia Prometedora?* Santiago de Chile: CEPAL.
- Mexicanos pasan más tiempo viendo Netflix que Televisa y Tv Azteca (10 de febrero de 2016). *Regeneración*. Recuperado de: <http://regeneracion.mx/mexicanos-pasan-mas-tiempo-viendo-netflix-que/>.
- Rivera, S. (2016, 28 de enero). La comisión de Filmaciones (sic) incrementa su apoyo. *Milenio.com*. Recuperado de: [http://www.milenio.com/hey/cine/comision\\_de\\_Filmaciones\\_incrementa\\_apoyo\\_mr\\_pig-cine\\_en\\_Jalisco\\_0\\_673132734.html](http://www.milenio.com/hey/cine/comision_de_Filmaciones_incrementa_apoyo_mr_pig-cine_en_Jalisco_0_673132734.html).
- Rodríguez, P. (23 de septiembre de 1996). Videos tapatíos participaron en el festival ¡Cine Latino! de San Francisco California. *Gaceta Universitaria*.
- Sánchez Ruíz, E. E. (2012). El Tratado de Libre Comercio y la Casi Desaparición del Cine Mexicano. *El Estado y la Imagen en Movimiento. Reflexiones sobre las Políticas Públicas y el Cine Mexicano*. México: Instituto Mexicano de Cinematografía (Imcine).
- Sánchez Ruíz, E. E. (2003). *Hollywood y su Hegemonía Planetaria. Una Aproximación Histórico-Estructural*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara.
- Sánchez Ruíz, E. E. (1992). *Medios de Difusión y Sociedad. Notas Críticas y metodológicas*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara.
- Sánchez Ruíz, E. E. y Hernández, F. (2000). *Televisión y Mercados. El caso mexicano*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara, Cuadernos del CUCSH, 2000.
- Sánchez Ruíz, E. E. (1987). *Centralización, Poder y Comunicación en México*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara, Cuadernos del CEIC, Comunicación y Sociedad.
- Sánchez Ruíz, E. E. (1983). *Capital Accumulation, the State and Television as Informal Education. Case Study of Mexico* (Tesis Doctoral), Stanford University.
- Scott, A. J. (2004). The other Hollywood: The organizational and geographic bases of television-program production. *Media, Culture and Society*, 26 (2).
- Siwek, S. (2014). *Copyright Industries in the U.S. Economy: The 2014 Report*. Washington: International Intellectual Property Alliance.
- Storper, M. (1989). The transition to flexible specialisation in the U.S. film industry: External economies, the division of labour, and the crossing of industrial divides. *Cambridge Journal of Economics*, 13 (2).
- Tuñón, J. (1986) *Historia de un Sueño. El Hollywood Tapatío*. Guadalajara: U. de G./UNAM.
- UNESCO (2000). *International Flows of Selected Cultural Goods, 1980-98*. París: UNESCO Institute for Statistics.
- Universidad de Guadalajara (2005). *XX Años de Cine Mexicano en Guadalajara*, Guadalajara: Patronato de la Muestra del Cine Mexicano en Guadalajara/Universidad de Guadalajara.
- Vaidovitz, G. (1989). Reseña de la producción de cine en Jalisco durante la época muda. En Sánchez Ruíz, E. E. (comp.) *Medios de Difusión en Jalisco. Avances de Investigación*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara.
- Wayne, M. (2003). Post-Fordism, monopoly capitalism, and Hollywood's media industrial complex. *International Journal of Cultural Studies*, 6 (1).

- Zapata, B. (10 de marzo de 2012). Jalisco crea una comisión filmica para promover rodajes en la entidad. *CNN México.com*. Recuperado de: <http://mexico.cnn.com/entretenimiento/2012/03/04/jalisco-crea-una-comision-filmica-para-promoverrodajes-en-la-entidad>.
- Zapata, B. (16 de marzo de 2010). Centro de diseño y animación para cine inició operaciones en Jalisco. *CNN México.com*. Recuperado de: <http://mexico.cnn.com/entretenimiento/2010/03/16/centro-de-diseno-y-animacion-para-cine-inicio-operaciones-en-jalisco>.