

## **¿Hay lugar para "industrias audiovisuales locales" en este mundo global?**

### **El audiovisual y el desarrollo económico regional: Hacia un clúster de la industria audiovisual en Jalisco Proyecto de Diagnóstico**

Enrique E. Sánchez Ruiz  
Universidad de Guadalajara

En los últimos tiempos 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”.<sup>1</sup> 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.).<sup>2</sup> Hay 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 (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).<sup>3</sup> Es decir, en este caso no se trató de un proceso 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”, es decir, sus propias

---

1 Como simples ejemplos, ver: Siwek, Stephen (2006) *Copyright Industries in the U.S. Economy: The 2006 Report*. Washington: International Intellectual Property Alliance; UNESCO (2000) *International Flows of Selected Cultural Goods, 1980-98*. París: UNESCO Institute for Statistics; Piedras, Ernesto (2004) *¿Cuánto Vale la Cultura? Contribución Económica de las Industrias Protegidas por el Derecho de Autor en México*. México: Conaculta/SACM/SOGEM; Michel Uribe, Hugo Alberto (2002) “Industrias culturales: Una aproximación hacia su cuantificación macroeconómica”. Guadalajara: Centro de Estudios Estratégicos para el Desarrollo, U. de G. Informe de investigación..

2. Y también, por cierto, a desvirtuar el valor estético, cultural, cualitativo del arte, considerado principalmente mercancía.

3. Ver Sánchez Ruiz, Enrique (2003) *Hollywood y su Hegemonía Planetaria. Una Aproximación Histórico-Estructural*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara (Colección de Babel, Núm. 28)

“cadenas productivas”,<sup>4</sup> dicho en términos más en boga, 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, de la llamada “industria del entretenimiento”.<sup>5</sup> 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 de diversos tipos de técnicos (electricistas, carpinteros y numerosos otros), y de actividades económicas complementarias de otros tipos, que tienen que ver desde con los insumos financieros, incluyendo el *management* y labores de oficina, hasta otras actividades como 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.

El cine nacional proporciona beneficios a establecimientos que alquilan o venden muebles, cristalería, aparatos eléctricos, autos, instrumentos musicales, tapetes, camionistas, hoteleros, imprentas, restoranes, etcétera.

Muchas modistas especializadas trabajan en la industria fílmica 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.<sup>6</sup>

Un aglomeramiento industrial no necesariamente surge de manera espontánea históricamente, como relativamente sucedió con Hollywood. Ni únicamente y gracias a

---

4. Generación de cadenas de insumos/servicios/aprovisionamientos.

5 Scott, Allen J. (2004) “The other Hollywood: The organizational and geographic bases of television-program production”, en *Media, Culture and Society*, Vol. 26, Núm 2.

6. De Salazar, Antonio (1943) “Nosotros pensamos así ...”, *La Pantalla*, Núm. 3, 31 de enero, citado por Julia Tuñón (1986) *Historia de un Sueño. El Hollywood Tapatío*. Guadalajara: U. de G./UNAM: Pág. 38.

“fuerzas del mercado” dejadas a su “libre funcionamiento”. Con frecuencia, la conformación de clústers ocurre a partir de políticas públicas y procesos de planeación económica regional. 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 compiten entre sí), las gubernamentales y otras de apoyo, como pueden ser 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.<sup>7</sup> 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.<sup>8</sup> A veces, la intervención gubernamental se reduce a la promoción y atracción de inversiones, pero muy frecuentemente se trata de “orquestraciones” casi completas que surgen de oficinas de planeación económica. Por otro lado, aunque el acercamiento de clústers, propuesto por Michael Porter<sup>9</sup> 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 clúster audiovisual uruguayo se está desarrollando en Montevideo).<sup>10</sup>

Como es 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. Otros ejemplos pueden referirse al 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

---

7 Casado, Miguel Angel (2005) “Nuevas estrategias para el desarrollo del sector audiovisual en las comunidades autónomas”, en *Ámbitos, Revista Andaluza de Comunicación*, Núm. 13-14.

8 Díaz Pérez, Claudia (2007) “Las empresas de software en la Zona Metropolitana de Guadalajara. Perfiles, políticas públicas y resultados” en *Gaceta Ide@s*, Núm. 19 (<http://energia.guanajuato.gob.mx/gaceta/Gacetaideas/frmGacetaPrincipal.php?idGaceta=19>, bajado el 02/04/2008); Jaén Jiménez Bernardo (2007) “El software en Jalisco ¿El nacimiento de un cluster?” en *Gaceta Ide@s*, Núm. 19 (<http://energia.guanajuato.gob.mx/gaceta/Gacetaideas/frmGacetaPrincipal.php?idGaceta=19>, bajado el 02/04/2008).

9 Porter, Michael E. *The Competitive Advantage of Nations*. Nueva York: The Free Press.

10 “Conglomerado Cinematográfico Audiovisual: Reunión del GGC”, Montevideo, 17 de mayo de 2007, Programa de Competitividad de Conglomerados y Cadenas Productivas. <http://www.diprode.opp.gub.uy/pacc> (29/02/2008).

universitario también). 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. Pero también en el caso de la ciudad de Los Angeles (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, y en diversas otras industrias. Es claro que 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. 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.

### **Entonces ... ¿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”.<sup>11</sup> Lo importante es la noción de red, de eslabonamientos, finalmente, de cooperación, aun en competencia. 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”, constituye 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

---

<sup>11</sup> Hay muchas expresiones (aproximadamente) sinónimas, como distritos 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, así que preferimos usar una conjunción, en lugar de una disyunción. Ver. Sánchez Ruiz, Enrique E. (1992) *Medios de Difusión y Sociedad. Notas Críticas y metodológicas*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara.

a partir del conjunto del agregado productivo, fruto del constante contacto e intercambio de los agentes económicos con su entorno.<sup>12</sup>

Hay dos dimensiones de un clúster, que se traducen en lo que los especialistas llaman economías de aglomeración, de escala y de tamaño:

Una dimensión horizontal, que significa simplemente la coexistencia de empresas de la misma rama o sector. La copresencia 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 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”<sup>13</sup> 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, entonces, es una dimensión vertical, que se refiere precisamente a encadenamientos productivos del tipo insumo-producto; es decir, se desarrollan regionalmente empresas proveedoras, que surten las necesidades de otras. En gran medida, 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;

---

12 Globerman , Steven, Daniel Shapiro and Aidan Vining (2005) “Clusters and intercluster spillovers: their influence on the growth and survival of Canadian information technology firms”, en *Industrial and Corporate Change*, Vol. 14, Núm. 1 (pp. 27-60).

13 Hirschman, Albert O. (1981) *La Estrategia del Desarrollo Económico*. México: Fondo de Cultura Económica (primera edición en inglés: 1958).

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

Suele favorecer el desarrollo de un “clúster” 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 pueden ser el 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 clúster de industrias mediáticas, alrededor de la producción de cine y televisión, nuevos servicios electrónicos/medios interactivos, diseño y otros.<sup>14</sup> 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 ferozmente 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:

1. 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.
2. La fuerte competencia a que da lugar esta concentración de empresas induce a una mayor especialización, división de trabajo, y, por ende, mayor productividad.
3. La fuerte interacción entre productores, proveedores y usuarios facilita e induce un mayor aprendizaje productivo, tecnológico y de comercialización.

---

<sup>14</sup> Bathelt, Harald (2002) “The Re-emergence of a Media Industry Cluster in Leipzig”, en *European Planning Studies*, Vol. 10, Núm. 5, Julio.

4. Las repetidas transacciones en proximidad con los mismos agentes económicos generan mayor confianza y reputación lo que redundará en menores costos de transacción.
5. 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.)<sup>15</sup>

Por otra parte, en el entorno de un clúster, compañías que compiten en un mercado, aun cuando la competencia estrictamente económica sea “feroz”, 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 han colaborado entre sí por medio de su asociación, en la Motion Picture Association of America. Como lo mencionamos en otra parte, esta colaboración puede incluso 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.<sup>16</sup>

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

- En el plano educativo propiamente, proporciona los conocimientos y habilidades requeridas por el desarrollo tecnológico, socioeconómico y cultural. En este

---

15 Ramos, Joseph (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.

16. Ostrom, Elinor y T.K. Ahn (2003) “Una perspectiva del capital social desde las ciencias sociales: Capital social y acción colectiva”, en *Revista Mexicana de Sociología*, año 65, Núm. 1, enero-marzo, pp. 199-200.

aspecto, se adecua la oferta educativa a condiciones de demanda del entorno productivo.

- En el de la investigación, produce información y conocimiento de punta (tecnología, procesos, etc.), que fundamentan 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.

Es interesante que una noción aplicable al desarrollo capitalista regional como la de la “cadena de valor” por enlaces productivos de insumo-producto es rastreable al mismo Karl Marx, pues quien primero propuso el siglo pasado un marco de análisis—y de planeación—del desarrollo regional, basado en los eslabonamientos productivos, el economista estadounidense Albert O. Hirschman, llamó a su enfoque un “micromarxismo”.<sup>17</sup> Recordemos el análisis de Marx de los encadenamientos entre los “Departamentos I y II”, que se proponía en un razonamiento macroeconómico, y del cual se apropió creativamente Hirschman, al aplicarlo de una manera que enlazaba los niveles micro y macroeconómicos.<sup>18</sup> Entre otras cosas, este enfoque dio un giro dinámico, procesual y complejo, al análisis del desarrollo económico regional.

### **Medios audiovisuales y su “cadena de valor”.**

Será conveniente aclarar que, cuando hablamos de *industria* audiovisual, ya sea con respecto al cine o a la televisión, o al video, nosotros ponemos énfasis en el aspecto *productivo*, más que en la distribución o el del *consumo* (lo que no significa que se ignoren estos aspectos). Aquí nos importa hacer un recuento y una evaluación de si es posible que se desarrolle en el corto y mediano plazos una industria de la *producción* audiovisual, que

---

17 Hirschman, Albert 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.

18 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. Ver Guerrero, Diego (2000) *La Teoría del Valor y el Análisis Insumo Producto*. Madrid: Theoría, Proyecto Crítico de Ciencias Sociales e-books, Universidad Complutense de Madrid ([http://147.96.1.15/info/eurotheo/e\\_books/](http://147.96.1.15/info/eurotheo/e_books/), bajado el 02/04/2008).



eslabonada con las cadenas de valor de otros medios y ámbitos (cine, televisión, video, música), produzca 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.

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>19</sup> pasa por tales etapas, aunque quizás se deberían añadir otras, previas y posteriores. Desde el punto de vista económico, todo comienza con el financiamiento.<sup>20</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): Fuerza de Trabajo (FT) y Medios de Producción (MP).<sup>21</sup> Estas mercancías se “ponen a trabajar” en el proceso de Producción (P), para generar una nueva mercancía (M’),<sup>22</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), para a su vez producir una cantidad de dinero mayor a la original (D’), al realizarse efectivamente ese valor agregado, generado a través de todo el proceso, especialmente durante la fase de Producción.<sup>23</sup> En el mejor de los casos, el excedente logrado se reinvertirá para renovar el ciclo (reproducción ampliada) y entonces

---

19 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 “simplemente mercancías”, porque son también propuestas de sentido. Pero debemos aceptar también su carácter de mercaderías en la sociedad capitalista.

20 Dado que hablamos de industrias *culturales*, desde otro punto de vista todo comienza con una idea, o con una inspiración. Pero, de nuevo, recordemos que aquí analizamos la dimensión económica.

21 Aquí deberíamos incluir desde maquinaria o tecnología más en general, así como materias primas, bienes intermedios, etcétera.

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

23 Sánchez Ruiz, Enrique E (1983) *Capital Accumulation, the State and Television as Informal Education. Case Study of Mexico*. Stanford University: Tesis Doctoral (Stanford International Development Education Consortium—SIDECE).

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, 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 suele ayudar 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 para llegar a lo que finalmente es el “rodaje” de una película); la *producción* (el rodaje); 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 a la producción.<sup>24</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), etcétera. En el otro extremo, Christian Pallois 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.<sup>25</sup> Por ejemplo, el capital financiero (con su propio circuito) podría provenir de un país; quizás, los otros aspectos ocurrir en otras partes (la producción de diversas partes de un todo, tener lugar en lugares donde habría determinadas “ventajas comparativas, o competitivas”, como mano de obra

---

24. Con alguna frecuencia, las empresas medianas y pequeñas no compran, sino *rentan* el equipo, los estudios y facilidades de preproducción, producción y postproducción.

25. Pallois, Christian (1977), “The self-expansion of capital on a world scale”, en *The Review of Radical Political Economics*, Vol. 9, Núm. 2, Verano.

barata, o calificada, o disciplinada, o la existencia de materias primas, o en el caso de películas o programas televisivos, donde hubiese determinados paisajes o locaciones, por ejemplo).

Néstor García Canclini ilustra algunos aspectos del entrecruce entre economía y cultura en la “mundialización”, con estos ejemplos:

... compramos un coche Ford montado en España, con vidrios hechos en Canadá, carburador italiano, radiador austriaco, cilindros y batería ingleses y el eje de transmisión francés. Enciendo mi televisor fabricado en Japón y lo que veo es un film-mundo, producido en Hollywood, dirigido por un cineasta polaco con asistentes franceses, actores y actrices de diez nacionalidades, y escenas filmadas en los cuatro países que pusieron financiamiento para hacerlo. Las grandes empresas que nos suministran alimentos y ropa, nos hacen viajar y embotellarnos en autopistas idénticas en todo el planeta, fragmentan el proceso de producción fabricando cada parte de los bienes en los países donde el costo es menor. Los objetos pierden la relación de fidelidad con los territorios originarios. La cultura es un proceso de ensamblado multinacional, una articulación flexible de partes, un montaje de rasgos que cualquier ciudadano de cualquier país, religión o ideología puede leer y usar.<sup>26</sup>

Esta descripción se puede tomar como una especie de “tipo ideal”, en lo que de exageración tiene, pues por ejemplo *no todas* las películas de Hollywood o de ningún lado están constituidas, en la actualidad, todavía, por tanta diversidad multinacional como la descrita, aunque ésta sea una tendencia contemporánea, que se actualiza relativamente, en *algunos* casos. Por otra parte, el autor parece presentar en el párrafo citado un proceso de “igualación”, donde ya todos, en todos lados, tenemos acceso al consumo “democrático” de tales maravillas de la integración económico-cultural mundial. Sin embargo, el mismo investigador ha comentado en otro lugar que: “Pese a la diversidad e intensidad de procesos de globalización, ésta no implica la unificación indiferenciada ni la puesta en relación simultánea de todas las sociedades entre sí. Los países acceden de manera desigual y conflictiva a los mercados económicos y simbólicos internacionales”.<sup>27</sup>

---

26. García Canclini, Néstor (1995), *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*. México: Grijalbo, pp. 15-16.

27. García Canclini, Néstor, “Políticas culturales e integración norteamericana: una perspectiva desde México”, en N. García Canclini (coord.) *Culturas en globalización. América Latina-Europa-Estados Unidos: libre comercio e integración*. Caracas: Nueva Sociedad, 1996, p. 17.

Por otro lado, lo que sí es un hecho es que “la región Hollywood” se ha ido redefiniendo, al haberse ido reconfigurando la industria cinematográfica misma, de un esquema fordista en los estudios tradicionales, 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.<sup>28</sup> Pero las grandes corporaciones que rigen globalmente el negocio del cine continúan produciendo el efecto de sentido de que “moran en” o “proviene de” Hollywood, California, Estados Unidos (de hecho, sus oficinas centrales, siguen ahí).<sup>29</sup> De cualquier manera, no deja de existir el complejo del audiovisual que efectivamente constituye un clúster, ubicado precisamente en ese lugar.<sup>30</sup>

Finalmente, a pesar de la fuerza de la globalización y los aparentes movimientos de “desterritorialización” que han ido ocurriendo en el mundo durante los últimos decenios, es claro también que el territorio cercano, lo local y el desarrollo regional no pueden dejar de ser fundamentales para la convivencia humana.<sup>31</sup>

Si bien se podría pensar el caso ideal de un clúster, en términos de que una sola y misma región geográfica proveyese todos los elementos de la cadena de valor, en realidad suele ser el caso de que varios de los aspectos provienen de fuera, como es el caso de zonas maquiladoras o simplemente cuando se forma un cluster a partir del flujo de inversión extranjera directa hacia determinadas ramas, especializando económicamente ciertas zonas geográficas (o bien, respondiendo a la dotación natural de, por ejemplo, alguna materia prima). Se puede construir un modelo ideal de cluster, pero en la vida real hay una multitud de formas concretas con las que se puede presentar. Por ejemplo, simplemente la coexistencia de un número de comercios del mismo ramo, puede producir ciertos “efectos cluster”. Como mera aglomeración geográfica de negocios, en Guadalajara habría tres “clústers”: el del calzado por la calle Federación, el del vestido por la de Medrano, y el de

---

28. Scott, Allen J. (2002) “A new map of Hollywood: The production and distribution of American motion pictures, en *Regional Studies*, Vol. 36, Núm. 9; Wayne, Michael (2003) “Post-Fordism, monopoly capitalism, and Hollywood’s media industrial complex”, en *International Journal of Cultural Studies*, Vol. 6, Núm. 1.

29. Ver Sánchez Ruiz, Enrique (2003) *Hollywood y su Hegemonía Planetaria. Una Aproximación Histórico-Estructural*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara (Colección de Babel, Núm. 28)

30 Scott, Allen J. (2004) “The other Hollywood: The organizational and geographic bases of television-program production”, en *Media, Culture and Society*, Vol. 26, Núm 2.

31. Giménez, Gilberto (1996) “Territorio y Cultura”, en *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, Año/Vol. II, Núm. 4; Giménez, Gilberto (2007) *Estudios sobre la cultura y las identidades sociales*. México: Conaculta/ITESO; Corrales, Salvador (2007) “Importancia del cluster en el desarrollo regional actual”, en *Frontera Norte*, Vol. 19, Núm. 37.

la Joyería, en la Plaza Tapatía. Si bien se generan ciertas sinergias por esta copresencia de tiendas, sería bastante incorrecto asumir que verdaderamente existe un agrupamiento productivo en cada una de esos lugares, lo que no impide que existieran eventualmente todos los aspectos del proceso productivo en la misma plaza. El punto es que mientras más eslabones y fases de este proceso existan en un sitio, más claramente podemos hablar de un clúster. Y algo clave: las empresas compiten y cooperan; en el mejor de los casos, el entorno es de generación de competencia/competitividad, e innovación.

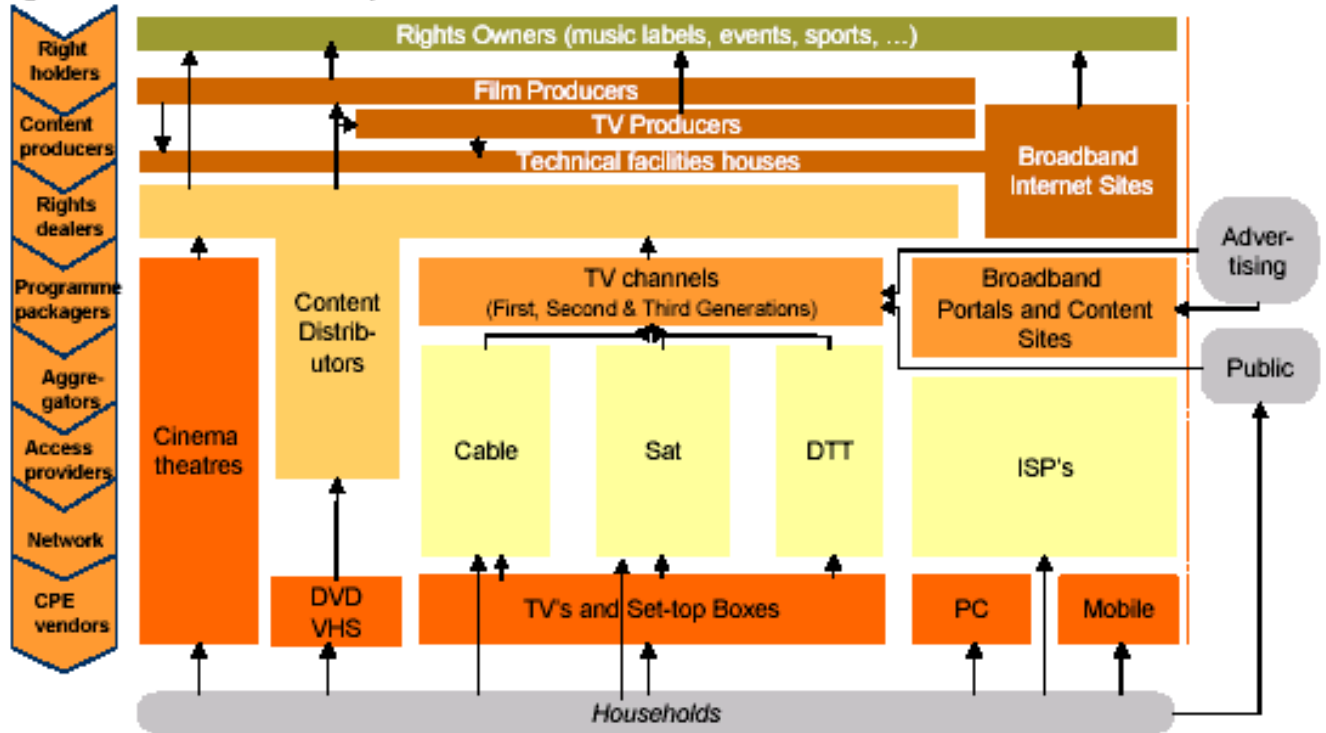
**FALTA UNA SECCIÓN QUE EXPLIQUE LA CONVERGENCIA DIGITAL, LA EMERGENCIA DEL “ESPACIO AUDIOVISUAL”; LA INTEGRACIÓN TECNOLÓGICA, ORGANIZATIVA, ECONÓMICA, CULTURAL, DE TV, CINE Y VIDEO.**

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 las múltiples nuevas plataformas de distribución de los relatos audiovisuales. 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.

**EL PROBLEMA DE LA CONCENTRACIÓN. NECESIDAD DE SEPARAR LAS ETAPAS (EMPRESAS DE PRODUCCIÓN INDEPENDIENTE, INDEPENDIENTES DE LA DISTRIBUCIÓN, TANTO EN CINE COMO EN TELE)**

El cine y la TV también están más integrados en un mismo “espacio audiovisual”. Además, está la llamada “convergencia digital”, que puede resumirse en las posibilidades presentes y futuras del Internet para transmitir de manera simultánea imágenes y sonidos, información, etcétera. Las necesidades de vinculación en la “autopista de la información, la educación y el entretenimiento”, son enormes, y éstas se satisfacen principalmente con importaciones. Creemos que 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* informático” que ya se intenta desarrollar alrededor de la perla tapatía).

Figure 38: Generic Value Map





## ¿Un clúster audiovisual en la Zona Metropolitana de Guadalajara?

El estado de Jalisco tiene una historia cultural muy importante. Tiene una tradición fuerte en literatura (Juan Rulfo, Arreola, los talentos “jóvenes” como Medina, Bañuelos; los 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. 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, hay 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.<sup>32</sup> Se corrobora en estos estudios diagnósticos la existencia de una gran riqueza en “capital humano”. En este sentido, el punto de partida de este trabajo consiste en considerar éste capital humano en términos del potencial *capital social*, si una política pública es capaz de conformar las redes apropiadas y movilizarlas hacia el logro de objetivos comunes de desarrollo.<sup>33</sup>

Por otra parte, además del capital humano que se puede desarrollar mediante la educación formal y el aprendizaje en el trabajo, de hecho hay ya una cierta base de personal que trabaja en el estado de Jalisco en el sector audiovisual. Quizás se pueda comenzar con una comparación sincrónica, con datos más o menos actuales del INEGI, que nos de 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 el Cuadro 1). Así, podemos ver que del total de mil 214 establecimientos que operan en el

---

32 Martínez Redding C. (coord. Editorial) (1992) *Enciclopedia Temática de Jalisco. Tomo VII, Arte*. Guadalajara: Secretaría de Cultura; Chavolla, Arturo (coord.) (1994) *El Patrimonio Cultural en el Estado de Jalisco. Programa de Investigación*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara; Chavolla, Arturo (coord.) (2001) *El Patrimonio Cultural del Estado de Jalisco*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara; García Medina, Antonio et al (2005) *Música y Danzas Urbanas*. Guadalajara: Secretaría de Cultura.

33. Ver Millán René y Sara Gordon (2004) “Capital social: Una lectura de tres perspectivas clásicas”, en *Revista Mexicana de Sociología*, año 66, Núm. 4, Octubre-Diciembre; Ostrom, Elinor y T.K. Ahn (2003) “Una perspectiva del capital social desde las ciencias sociales: Capital social y acción colectiva”, en *Revista Mexicana de Sociología*, año 65, Núm. 1, enero-marzo.



país en las industrias fílmica y del video y la del sonido, el 27 por ciento se ubican en el Distrito Federal, aunque casi 55 por ciento del personal ocupado total se registra también en la capital de la república. Un poco en sentido contrario, si bien casi un nueve por ciento de los establecimientos se localizan en Jalisco, solamente un cinco por ciento del personal radica en la misma entidad. Es abrumadora la centralización, pero los dos estados indicados, Jalisco y Nuevo León, son los que siguen en importancia en estas actividades productivas. Los datos con respecto a la producción audiovisual más estrictamente (cine, video y televisión), son muy similares. Pero lo relevante de exponer estos datos radica en mostrar que, si bien la mayor parte de establecimientos, pero abrumadoramente la mayoría del personal, se localizan en el Distrito Federal, en Jalisco se tiene una cierta base mínima, quizás lo necesario aunque no suficiente, para comenzar a pensar en el desarrollo de esta actividad industrial en la entidad. Debemos aclarar que la inmensa mayor parte de establecimientos y trabajadores de Jalisco en el sector, se ubican en la zona metropolitana de Guadalajara. Por otro lado, en este momento no estamos considerando elementos cualitativos, sino solamente cantidades. Pero de momento la industria audiovisual jalisciense es tan relativamente pequeña que no puede retener talentos como Guillermo del Todo, o Patricia Riggen, quienes en años recientes han tenido que emigrar para desarrollarse más plenamente como realizadores cinematográficos.

Históricamente, hay en Guadalajara una historia de “coqueteo” con la industria y la creación cinematográficas. Desde la época muda del cine hubo algunos esfuerzos por producir.<sup>34</sup> Julia Tuñón 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”.<sup>35</sup> 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

---

34. Vaidovitz, Guillermo (1989) “Reseña de la producción de cine en Jalisco durante la época muda”, en E.E. Sánchez Ruiz (comp.) *Medios de Difusión en Jalisco. Avances de Investigación*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara (Cuadernos del CEIC, Comunicación y Sociedad, 4-5).

35 Tuñón, Julia (1986) *Historia de un Sueño. El Hollywood Tapatío*. Guadalajara: U. de G./UNAM.

Matute, pero tampoco pudo despegar algo más en serio que intentos de aficionados, si bien algunos interesantes.<sup>36</sup>

Ya en los años ochenta, la Universidad de Guadalajara, desde el Departamento de Investigación Científica y Superación Académica (DICSA, cuyo titular era el Lic. Raúl Padilla López) propicia y promueve 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 Jaime Humberto Hermosillo. Uno de sus alumnos fue Guillermo del Toro. 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. Hasta el momento, desafortunadamente, el ahora Festival Internacional de Cine de Guadalajara, a pesar de haberse convertido en un referente cultural fundamental, y de que, 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, no ha servido todavía—después de más de veinte años—como multiplicador para la generación en la propia ciudad de un polo de producción importante.<sup>37</sup> Sin embargo, en mucho ha contribuido la presencia cada año de lo más granado de la cinematografía nacional, española y latinoamericana, como motivación entre los grupos de videoastas y cineastas de la localidad. En el caso de los cortometrajes, 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>38</sup>

En la Universidad de Guadalajara y otras, 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, 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

---

36. Matute, Pedro (2008) “El Festival Internacional Guadalajara de Cortometraje”, en *La Revista del Guión*, 11 de Marzo 2008 (<http://antalaya.uab.es/guionactualidad/spip.php?article3030>, bajado el 13/03/2008)

37. Algo similar a lo que ha ocurrido con la Feria Internacional del Libro de Guadalajara, que no ha servido para propiciar el desarrollo de una industria editorial local.

38. Ver un listado en el Apéndice I.

manera que por ejemplo en el campo del video han participado desde hace ya varios años en muestras y festivales internacionales.<sup>39</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 oficios técnicos), los cuales o ya están siendo contemplados en los currículos de carreras existentes, o se pueden contemplar como posibilidades terminales.

Establecimiento “Ancla”: Un gran estudio.

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 le pomposamente le llamó "Estudios Alatriste".<sup>40</sup>

Se sabe que, 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.

Dentro del proyecto global del Centro Cultural Universitario, de la Universidad de Guadalajara, se contempla el desarrollo de lo que se denomina “Parque Mediático Los Belenes”, con el apoyo de capital privado (se ha dicho que en sociedad con la empresa Omnilife, de Jorge Vergara).<sup>41</sup> Este complejo contaría con foros de producción y grabación de cine y TV, tanto en interiores como en exteriores, áreas de talleres, almacenamiento,

---

39. Rodríguez, Patricia (1996) “Videos tapatíos participaron en el festival ¡Cine Latino! de San Francisco California”, *Gaceta Universitaria*, 23 de Septiembre, Pág. 13.

40 [http://weblogs.eluniversal.com.mx/weblogs\\_detalle3135.html](http://weblogs.eluniversal.com.mx/weblogs_detalle3135.html) (04/04/2008).

41. O con la productora Anheló, del mismo empresario. (¿Anheló? O ¿Encanto?)

construcción y oficinas, laboratorios de postproducción y de sonido; entre otras instalaciones. En el caso de que este proyecto si se cristalice, hay la posibilidad de que constituya un impulso para la posible eventual constitución del clúster audiovisual tapatío.

En el lado privado, una historia exitosa fue la de la productora “Encanto”, de Jorge Vergara, propietario de las Chivas (ya nadie se acuerda de que su fortuna la hizo con Omnilife), que produjo *Y tu mamá también*.

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. Si bien la iniciativa recibió el apoyo del Secretario de Cultura, cuando esto se escribía todavía no se materializaba en acciones estatales concretas.<sup>42</sup>

En el caso de la televisión, Francisco Aceves historió el intento que se hizo desde que el medio nació en Guadalajara, a principios de los sesenta, por el desarrollo de una “televisión tapatía”: El Canal Seis, producto de una iniciativa de empresarios locales, que luchó un par de décadas por mantenerse independiente, sucumbió finalmente y a fines de los ochentas fue adquirido por el consorcio Televisa. Si bien institucionalmente ya no ha sido posible que haya tal “televisión tapatía”,<sup>43</sup> se cuentan muchos valores y talentos en la historia regional reciente, que se han traducido en programas y presencia, tanto local como nacional e internacional (por “internacional” solemos referirnos a su transmisión hacia las cadenas hispanas en Estados Unidos).

En los últimos años, la propia Universidad de Guadalajara ha impulsado la producción audiovisual, en particular en la televisión informativa, dentro de la cual produce una serie de programas que luego transmite por la televisión privada en tiempo comprado.<sup>44</sup>

---

42. “La SCJ pide dinero para cine y danza”, en *Milenio*, 29 de enero de 2008.

43 De hecho, ya ni siquiera el Canal Seis existe, pues por cuestiones técnicas Televisa lo transfirió al Cinco.

44. Ver el Apéndice II.

El problema es que no se está operando con visión de “agrupamiento industrial”, o “clúster”, cuando creemos que es perfectamente posible generar una política pública de apoyo al desarrollo de este clúster. Si bien es muy importante el protagonismo de la Universidad de Guadalajara si no es capaz de generar sinergias con otros actores, podría ser que, en cuanto llegue un rector, o un grupo, para el cual el desarrollo audiovisual no sea una prioridad, todo el esfuerzo previo caería en el desperdicio. En el caso de la televisión, sigue la situación de extrema concentración de la capacidad de producción en la empresa Televisa, en este caso en su filial Guadalajara, que, o no permite, o subordina los esfuerzos independientes.

Por eso consideramos 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. 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 televisual. 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 las satisfacen los emisores principalmente con importaciones.

Yo creo que Guadalajara tiene elementos de sobra para constituir un “cluster” audiovisual y, quizás, más ampliamente cultural (igual que como se habla de “clusters”, o de parques industriales, o como el “cluster informático” que ya se intenta desarrollar alrededor de la Perla Tapatía). 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, podría ser el caso de que se desarrolle el tantas veces mencionado clúster audiovisual.

**FALTA DESARROLLAR MÁS LO DE LA TELE, VIDEO, INTERNET Y LA LLAMADA “INDUSTRIA DE CONTENIDOS”.**

**LA TV DE PAGA CONSTITUYE UN MONTÓN DE NICHOS (SEGMENTOS) DE AUDITORIO POSIBLES, QUE SE PUEDEN ATENDER DESDE LA PRODUCCIÓN INDEPENDIENTE.**

**EL VIDEO ON DEMAND (VOD), TANTO POR INTERNET, COMO POR CABLE, POR SATÉLITE Y POR TV TERRESTRE.**

Cuadro 1							
Sector Audiovisual: Personal Ocupado y Remuneraciones							
Entidad federativa	Código, sector/rama	Unidades Económicas		Personal ocupado total		Total de remuneraciones (Miles de pesos)	
00 Nacional	512 Industria fílmica y del video, e industria del sonido	1214	100.00%	28103	100.00%	\$647,714.00	100.00%
09 Distrito Federal		327	26.94%	15354	54.63%	\$366,488.00	56.58%
14 Jalisco		109	8.98%	1494	5.32%	\$33,550.00	5.18%
19 Nuevo León		84	6.92%	1394	4.96%	\$23,642.00	3.65%
00 Nacional	5121 Industria fílmica y del video	942	100.00%	25073	100.00%	\$414,840.00	100.00%
09 Distrito Federal		257	27.28%	14020	55.92%	\$223,997.00	54.00%
14 Jalisco		75	7.96%	1317	5.25%	\$25,298.00	6.10%
19 Nuevo León		61	6.48%	889	3.55%	\$18,765.00	4.52%
00 Nacional	51211 Producción de películas cinematográficas, videos, programas para la televisión y otros materiales audiovisuales	362	100.00%	12479	100.00%	165578	100.00%
09 Distrito Federal		158	43.65%	10673	85.53%	100444	60.66%
14 Jalisco		24	6.63%	464	3.72%	8336	5.03%
19 Nuevo León		*	n/d	145	1.16%	4579	2.77%

Fuente: INEGI. CENSOS ECONÓMICOS 2004. RESULTADOS DEFINITIVOS (<http://www.inegi.gov.mx>)

\* Demasiado pequeña cantidad. Cláusula de privacidad.

## APENDICE I

Películas que ha producido la U. de G.

<http://www.cinefusion.com.mx/> (27/01/2008)

1986

*El día que mi mamá salió de compras* / Arturo Villaseñor

1988

*La novia perfecta* / Martha Vidrio

*Mentiras Piadosas* / Arturo Ripstein

1990

*Cronos* / Guillermo del Toro

*Cabeza de Vaca* / Nicolás Echeverría

1991

*Bibarius* / Armando Casas

1993

*La vida conyuga l* Carlos Carrera

*Mujeres insumisas* / Alberto Isaac

*Dollar Mambo* / Paul Leduc

*Principio y fin* / Arturo Ripstein

*Bienvenido-Welcome* / Gabriel Retes

1994

*El abuelo Chemo y otras historias* / Juan Carlos Pérez Rulfo

*El Jardín del Edén* / María Novaro

*El dirigible* / Pablo Dotta

*Hasta morir* / Fernando Sariñana

*La reina de la noche* / Arturo Ripstein

*Amor por menos* / Antonio Urrutia

1995

*El callejón de los milagros* / Jorge Fons

1997

*De tripas corazón* / Antonio Urrutia

1998

*Sin sostén* / René Castillo y Antonio Urrutia

*El método* / René Castillo

*Cruz* Kenya Márquez

2000

*La mesa servida* / Kenya Marquez

*El octavo día* / José Medina y Rita Basulto



2001

*Hasta los huesos* / René Castillo

2002

*Los no invitados* / Ernesto Contreras

*Mateo el despertar de la esperanza* / José González Díaz

*Su radito* / Celso R. García

*La pasión de María Elena* / Mercedes Moncada

2003

*Sombras* / Rigo Mora

*Ana* / Sergio Yazbek

*La historia de todos* / Blanca Xóchitl Aguerre

*Mara* / Erick Alvarado

*@feistivbercine.ron* / Gabriel Retes y lourdes Elizarrarás

*Los rollos perdidos de Pancho Villa* / Gregorio Rocha

*Héroe* / EduaRDO Covarrubias

*La caja de Emilio* / Uri Espinoza

2004

*Salvador Allende* / Patricio Guzmán

*Charros* / Jorge Rikken

*Pata de gallo* / Celso García

*El blues de Paganini* / Jordi Capó

2005

*Hasta el último trago... Corazón* / Beto Gómez

*Los héroes y el tiempo* / Arturo Ripstein

*El viejo* / Paola Chaurand

*Los nadies* / Lorena Rossette Riestra

*Se viste con puñales* / Antonio Arellano

*El castillo* / Uri Espinoza

*Vértigo* / Sofía Carrillo

*Las vueltas del citrillo* / Felipe Casals

*Batalla en el cielo* / Carlos Reygadas

*Dos Auroras* / Jaime Humberto Hermosillo

2006

*Puertas* / Karina Orozco

*Una larga sombra* / Raúl López

*Aquí no hay nadie* / Alfonso Esquibias

*El cobrador* / Paul Leduc

2007

*SeñalS PARTICULARES* / Kenya Márquez

*Ojos que no ven* / Marisol Jasso