



Centro de Análise do Cinema e do Audiovisual

- [Quem Somos](#)
- [Parceiros](#)
- [Patrocínio](#)
- [Fale Conosco](#)
- [Imprensa](#)
- [RSS](#)

1/09/2010 ■ 2h36

Recommend

You recommend this. [Add a comment](#)

## O cinema mexicano nos Estados Unidos



Por Toby Miller

Este informe es un fragmento del proyecto “La industria Cinematográfica y su Público en México” elaborado por Néstor García Canclini, Enrique Sánchez-Ruiz, y Ana Rosas Mantecón el cual se origina a partir de la pregunta que se establece para dicho proyecto: si una política con base en el mercado o en el estado resulta más beneficioso para el futuro del cine mexicano. El objetivo específico de este trabajo es explicar la historia y el estado actual de la distribución del cine mexicano en los Estados Unidos así como hacer algunas propuestas para la investigación que contribuyan a diferentes opciones de políticas futuras.

E.U.A. representa un espacio crucial para el cine mexicano por la cantidad de hispano hablantes que viven ahí, principalmente ciudadanos mexicanos y sus descendientes así como por la trascendencia histórica del cine mexicano entre las industrias para la cultura de los países latinoamericanos. Este informe lleva al lector a través de la historia y de las circunstancias actuales del cine mexicano en E.U.A. bajo las siguientes rúbricas. Incluye los casos de estudio: público, distribución, exhibición en las salas de cine, televisión, video, internet.

La conclusión de este informe es que el cine mexicano necesita vínculos más fuertes con la distribución actual. Se propone una investigación a través del estudio del público que se encuentran subestimado por los proyectos actuales, un análisis de las posibilidades de coproducción así como entrevistas con personajes importantes de la distribución. Entre los temas para investigarse se incluyen los nuevos negocios de Arenas y Miravista, la posible creación de un fondo de ayuda para la promoción, subsidios para la televisión para presentar nuevo material y el impacto de la última tecnología.

Los medios estadounidenses afirman practicar principios laissez-faire, donde los mercados abiertos generan diversos productos así como libertad de elección para los consumidores. Pero, ¿es en realidad así? En los años 60, se calculaba que las importaciones del mercado filmográfico llegaban a 10%. En 1986 esa cifra se convirtió en 7%. Hoy en día es de 0.75% (Miller et al. 2001).

Las películas extranjeras se encuentran –más que nunca– prácticamente excluidas de los E.U.A. Hollywood, la prensa así como el juicio académico convencional atribuyen este hecho al público estadounidense del que se dice es cerrado e intolerante a las películas extranjeras. La revista Variety.com se refiere al público como “América la estrecha y la enemiga de los subtítulos”, el periódico semanal de izquierda The Nation habla de “América sin subtítulos” (Bloom 2002; Rich 2001).

Sin embargo, E.U.A. se caracteriza por el uso cotidiano de diversos idiomas; así que este recuento de la cultura de audiencias resulta inverosímil. En realidad, la poca diversidad se debe a la corporización de la exhibiciones además del aumento en los costos de promoción y de bienes raíces para los distribuidores y exhibidores. Pero la falsa noción del gusto del público apunta explicaciones a la falta de elección; así que debido a la fuerza de esta consideración es necesario investigar otro tipo de público para apoyar las intervenciones necesarias en la economía política y lograr una mayor diversidad cultural: un mundo donde los deseos del público realmente signifiquen algo. Ya que los hispanos representan una proporción significativa de la población de E.U.A., sus preferencias y disposiciones son la llave para construir un público en general y para apoyar la expansión del cine mexicano en particular.

[Faça o download e confira o artigo original completo.](#)

Fonte: Observatorio del Cine y el Audiovisual Latinoamericano / Fundación del Nuevo Cine

Latinoamericano.

**Tags:** [Distribuição](#), [Estados Unidos](#), [Exibição](#), [Internet](#), [México](#), [Público](#), [TV](#), [Vídeo](#)

**Categorias:** [América - Análises e Estudos](#), [Recentes](#)

## Busca

ok

## Economia e Cultura

- [Mercado Brasileiro](#)
- [Mercado Internacional](#)
- [Arte em CENA](#)
- [CENA Debates](#)

## Biblioteca

- [Revistas](#)
- [Jornais](#)
- [Links de Referência](#)
- [CENA Publicações](#)
- [Referências Bibliográficas](#)

## Outras Notícias

[São Paulo terá primeira sala de cinema 4D da América...](#)

[Jornal The New York Times destaca trabalho do Sesc](#)

[Grandes estúdios internacionais de olho em produtoras...](#)

[France's film heritage goes digital - Industry – France](#)

[Crise afeta a indústria cinematográfica da Espanha](#)

[Visualizar tudo »](#)

## Twitter

[Siga o CENA no Twitter](#)

# Tags

## Tags

[Alessandra Meleiro](#) [A Mulher Invisível](#) [América Latina](#) [ANCINE](#) [Argentina](#) [Avatar](#) [Bilheteria](#) [BNDES](#) [Cinema](#) [cinema digital](#)  
[Coprodução](#) [CV](#) [Distribuição](#) [Divã](#) [economia da cultura](#) [Edital](#) [Embrafilme](#) [Exibição](#) [Festival](#) [Fundo Setorial](#)  
[GloboFilmes](#) [Hollywood](#) [incentivos fiscais](#) [Indústria](#) [Indústria cinematográfica](#) [Internet](#) [Lei Rouanet](#) [Major](#) [Market Share](#) [Mercado](#) [Mercado](#)  
[Mundial](#) [MinC](#) [Paulínia](#) [Políticas Públicas](#) [Produção](#) [Prêmio SAV](#) [Quem Somos](#) [Retomada](#) [RioDeJaneiro](#) [SAV](#) [Se eu fosse](#)  
[você](#) [SãoPaulo](#) [TV](#) [TVGlobo](#) [África](#)

(C) CENA - Todos os direitos reservados