



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y PSICOLOGÍA  
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
SECCIÓN DE POSGRADO

**NETFLIX: EL NUEVO PARADIGMA EN LA PRODUCCIÓN Y  
DISTRIBUCIÓN CINEMATOGRÁFICA GLOBAL Y SU  
INCIDENCIA EN EL CINE LATINOAMERICANO: ESTUDIO DEL  
CASO “ROMA”, DE ALFONSO CUARÓN**

PRESENTADA POR  
**ISAAC FERNANDO LEON FRIAS**

ASESOR  
**LIVINGSTON CRAWFORD**

TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE MAESTRO EN  
PERIODISMO Y COMUNICACIÓN MULTIMEDIA

LIMA – PERÚ

2020



**Reconocimiento - No comercial - Compartir igual  
CC BY-NC-SA**

El autor permite entremezclar, ajustar y construir a partir de esta obra con fines no comerciales, siempre y cuando se reconozca la autoría y las nuevas creaciones estén bajo una licencia con los mismos términos.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y PSICOLOGÍA  
SECCIÓN DE POSGRADO

NETFLIX: EL NUEVO PARADIGMA EN LA PRODUCCIÓN Y  
DISTRIBUCIÓN CINEMATOGRAFICA GLOBAL Y SU INCIDENCIA  
EN EL CINE LATINOAMERICANO: ESTUDIO DEL CASO “ROMA”,  
DE ALFONSO CUARÓN

TESIS PARA OPTAR  
EL GRADO ACADÉMICO DE MAESTRO EN PERIODISMO Y  
COMUNICACIÓN MULTIMEDIA

PRESENTADO POR:  
ISAAC FERNANDO LEON FRIAS

ASESOR:  
Mg. LIVINGSTON CRAWFORD

LIMA, PERÚ  
2020

## ÍNDICE

RESUMEN .....	v
ABSTRACT .....	vi
INTRODUCCIÓN .....	6
CAPÍTULO 1: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	10
1.1. Descripción de la situación problemática .....	11
1.2. Formulación del problema .....	13
1.3. Objetivos de la investigación .....	16
1.3.1. Objetivo general .....	16
1.3.2. Objetivos específicos .....	17
1.4. Justificación de la investigación .....	17
1.4.1. Importancia .....	17
1.4.2. Viabilidad de la investigación .....	17
1.4.3. Limitaciones del estudio .....	17
CAPÍTULO 2: HIPÓTESIS .....	19
2.1. Formulación de la hipótesis .....	19
2.2. Variables operativas, dimensiones, indicadores e instrumentos .....	20
2.2.1. Variables operativas .....	20
2.2.2. Dimensiones .....	21

2.2.3. Indicadores de las variables operativas .....	21
2.2.4. Instrumentos.....	22
CAPÍTULO 3: MARCO TEÓRICO-REFERENCIAL.....	24
3.1. Antecedentes de la investigación .....	24
3.2. Bases teóricas.....	30
3.3. Definición de términos básicos .....	32
3.4. Procesos convergentes: El cine, la televisión y la dinámica digital.....	35
3.4.1. Las pantallas o plataformas de exhibición .....	35
3.4.2. La expansión digital y la irrupción de Netflix .....	44
CAPÍTULO 4: METODOLOGÍA.....	82
4.1. Diseño metodológico .....	82
4.1.1. Metodología cualitativa y diseño muestral .....	82
4.1.2. Fuentes metodológicas.....	83
4.1.3. Aspectos éticos.....	100
CAPÍTULO 5: RESULTADOS .....	103
5.1. Análisis de la película <i>Roma</i> .....	103
5.1.1. Primera parte .....	103
5.1.1.1. Antecedentes.....	103
5.1.1.2. Características de la producción.....	104
5.1.1.3. Personajes .....	107
5.1.1.4. Ubicación espacio-temporal.....	108
5.1.2. Segunda Parte.....	109
5.1.2.1. La segmentación o descomposición narrativa.....	109
5.1.3. Tercera parte .....	120
5.1.3.1 Análisis de los procedimientos audiovisuales .....	120

5.1.3.2. Una ficción realista.....	127
5.1.3.3. Una forma narrativa alternativa.....	129
5.1.3.4. Campos semánticos .....	133
5.1.3.5. El punto de vista narrativo.....	139
5.2. Entrevistas con especialistas mexicanos .....	141
5.3. Entrevista en profundidad con Giancarlo Capello (Universidad de Lima)....	145
5.4. Comentario de los resultados.....	148
5.5. Validación de las hipótesis .....	151
CAPÍTULO 6: DISCUSIÓN.....	154
CONCLUSIONES.....	162
RECOMENDACIONES .....	164
REFERENCIAS.....	166
ANEXOS	
Anexo 1: Propuesta de investigación e instrumentos	
Anexo 2: Matriz de consistencia	
Anexo 3: Entrevistas	

## RESUMEN

La tesis titulada Netflix: El nuevo paradigma en la producción y distribución cinematográfica global tiene como objetivos principales analizar el impacto de esa nueva plataforma tanto en lo que se refiere a la producción y distribución cinematográfica a escala global y latinoamericana; y como objetivo específico analizar el caso de la película *Roma*, que ha sido el primer largometraje coproducido por Netflix en México y en América Latina, a través de las características de su lanzamiento y de su funcionamiento narrativo. La metodología apela a tres instrumentos: el análisis documental, el análisis de contenido y las entrevistas. Los principales resultados reafirman las hipótesis de la investigación en el sentido de la incidencia que tiene en la actualidad la plataforma Netflix en la industria del cine y la televisión y, de manera particular, en lo que toca al cine de América Latina. Como conclusiones principales se destaca que Netflix es el resultado de un proceso en el que confluyen la evolución tecnológica y la dinámica de la comunicación audiovisual; que es una modalidad que se inserta en los avances de la globalización comunicativa y del predominio norteamericano en esa área; que hay una afectación de las industrias cinematográfica y televisiva que las obliga a replantear sus estrategias; y que la novedad de la película *Roma* abre vías promisorias, pero todavía inciertas para el futuro de la producción para el *streaming* en América Latina.

**Palabras clave:** Netflix, cine latinoamericano, *streaming*, producción cinematográfica, película *Roma*

## ABSTRACT

The dissertation *Netflix: The New Paradigm in the Global Film Production and Distribution* aims at analyzing the impact of this new platform in relation to production and distribution both at a global and Latin American scale. Specifically, it analyzes the movie *Roma*, the first film co-produced by Netflix in Mexico and Latin America, through the lens of its launch and narrative's characteristics. The methodology has three components: documentary analysis, content analysis and interviews. The study's main outcomes confirm the research hypothesis regarding the current impact of Netflix in the film and television industry, particularly regarding the film industry in Latin America. One of the main conclusions to be highlighted is that Netflix stems from a process in which technological development and the dynamics of audiovisual communication coalesce. This process is embedded in the progress of the globalization of communications and the predominance of North American in this field, which affects the film and television industries calling for them to rethink their strategies. In this sense, the movie *Roma* opens promising avenues, albeit uncertain, for the future of streaming production Latin America

**Keywords:** Netflix, Latin American cinema, streaming, film production, *Roma* film



## INTRODUCCIÓN

La propuesta de investigación para la obtención de la Maestría en Periodismo y Comunicación Multimediática tiene como ejes centrales el fenómeno de Netflix y la película mexicana *Roma* difundida por ese canal de *streaming*. Netflix es la punta de lanza de un proceso de renovación tecnológica y comunicativa que ha sacudido a los medios audiovisuales que han dominado el espacio audiovisual: el cine durante más de 100 años y la televisión más de 70. *Roma*, por su parte, es la punta de lanza de la introducción de Netflix en la producción de películas en América Latina.

La tesis de Maestría que presentamos aspira a dar cuenta del proceso que llevó a la aparición de Netflix, considerando la evolución de las pantallas o plataformas de exhibición, y el desarrollo de la producción de películas de largometraje en la industria cinematográfica, y de series en la industria televisiva. Asimismo, y como tercer componente indispensable y convergente de ese proceso, consideramos la expansión digital que ha transformado el universo de la información y de la comunicación a escala planetaria.

Luego del panorama de esos desarrollos que culminan, provisionalmente, con la aparición del canal Netflix y los otros que se han ido sumando a continuación, el trabajo se extiende al área latinoamericana en la que, como ocurre en el resto del mundo, Netflix se ha extendido sin necesidad, en principio, de tener locales u oficinas propias en ningún país. Si ahora los tiene en unos pocos de ellos es para efectos de producción y no de la difusión que viene haciendo desde hace años. Netflix se ha concentrado principalmente en la producción de series de temas latinoamericanos, como la serie *Narcos*, por ejemplo. Pero lo que nos interesa aquí es su lanzamiento cinematográfico, a través del primer largo coproducido con México, que es *Roma*, dirigido por Alfonso Cuarón.

Entonces, iniciamos el trabajo con el planteamiento del problema que es, justamente, la remoción que ha creado en el espacio audiovisual la aparición de un canal digital de las características que ostenta Netflix. Nos centramos principalmente en los efectos que se producen en el cine, sin dejar de lado la televisión, pues hay conexiones forzosas que no se pueden soslayar. De cualquier modo, la interrogante que motiva la investigación y que guía la hipótesis central lo enuncia con claridad: ¿hasta qué punto el nuevo paradigma que suponen Netflix y el *streaming* está influyendo en la producción y distribución cinematográfica globales y especialmente en América Latina?

La respuesta a esa interrogante se organiza en los instrumentos iniciales: el planteamiento del problema, los objetivos de la investigación y las hipótesis. Continúa luego con la elaboración del marco conceptual y referencial. Sigue con el diseño metodológico y el análisis de la película *Roma*, lo que se complementa con

entrevistas a un grupo de especialistas mexicanos y un en profundidad al especialista peruano Giancarlo Capello. El trabajo culmina con la validación de la hipótesis y los comentarios y la discusión de los resultados.

Los dos bloques principales de la tesis son el marco teórico-referencial y la aplicación metodológica en el análisis de *Roma*. Para el marco teórico hemos dialogado intelectualmente con algunos de los autores más prominentes en la exploración teórica de lo que el español Román Gubern (1998), uno de ellos, denomina la “iconósfera contemporánea”. También, con los españoles Israel Márquez y Toni de la Torre. Además, con los autores franceses Gilles Lipovetsky y Jean Serroy, Frederique Martel y Capucine Cousin, que ha escrito, esta última, el primer libro en lengua francesa, sobre el fenómeno Netflix. Con el norteamericano, de origen ruso, Lev Manovich, con el italiano, muy prominente, Alessandro Baricco, con el brasileño Arlindo Machado, con el argentino Jorge La Ferla, entre otros.

Para el diseño de la metodología de análisis y la aplicación analítica en la película *Roma* han sido de primera importancia los franceses Jacques Aumont, Christian Metz, Francis Vanoye, y Marc Vernet, los norteamericanos David Bordwell, Kristin Thompson, Janet Steiger y Robert Stam, los italianos Francesco Casetti y Federico Di Chio, los españoles Jesús García Jiménez y Santos Zunzunegui, el brasileño Ismail Xavier, entre otros.

A esos dos bloques principales los sigue otro más concentrado en las entrevistas, primero al Profesor Giancarlo Capello, que es sin duda una de las mayores autoridades a nivel sudamericano en estos momentos en el estudio de los nuevos

medios audiovisuales; y luego a cinco docentes y críticos de cine mexicanos: Nelson Carro, Eduardo de la Vega, Alonso Díaz de la Vega, Carlos Bonfil y Ángel Miquel. Escogimos a los mexicanos considerando que la película *Roma* es una coproducción de Netflix con ese país y, por tanto, lo más indicado era conocer sus respuestas, además de las que proporciona el peruano Capello. Las entrevistas refuerzan las comprobaciones establecidas en el marco teórico y complementan apreciaciones esbozadas en el análisis puntual de la película *Roma*.

Naturalmente, como se expresa en el planteamiento del problema, enfrentamos un tema de enorme actualidad, pero aún en una fase muy temprana de su desarrollo, por lo que es prudente caminar con pasos lentos y no adelantarse a conclusiones que quieran ser definitivas. Se hace necesario un periodo de tiempo para luego establecer con mayor perspectiva histórica la pertinencia de lo que aquí intentamos presentar como la apertura de una nueva fase en la historia de los medios audiovisuales y las perspectivas aun inciertas de lo que eso supone para la producción y difusión de películas peruanas y latinoamericanas.

Quiero expresar mi agradecimiento al Padre Johan Leurydan, al Doctor Miguel Valdez y a la Escuela de Posgrado de la Universidad San Martín de Porres, así como a todos los profesores de la Maestría, por permitirme llevar los cursos que culminan en la presente tesis, y de manera particular al Dr. Livingston Crawford, profesor y asesor de la tesis, sin cuyo apoyo esta no tendría seguramente la suficiencia que espero haya sido alcanzada.

## **CAPÍTULO 1: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

### **1.1. Descripción de la situación problemática**

El fenómeno de Netflix es una de las consecuencias de la entronización de la tecnología digital que ha llegado para “remover” un estado de cosas que durante muchos años no se vio afectado de manera sustancial. Desde la aparición del espectáculo cinematográfico a fines del siglo XIX este se mantuvo durante medio siglo como el medio audiovisual único. Con la televisión surgida a mediados del siglo XX, el cine comparte el espacio audiovisual, pero se establece una clara diferenciación: el cine se difunde en espacios públicos y la televisión en el ámbito casero y privado.

La llegada de la televisión motiva una reducción gradual de la asistencia a las salas de cine que, no obstante, se ve paliada por los cambios tecnológicos que modifican la presentación de las películas en las salas comerciales. Por otra parte, a través de la televisión, inicialmente de carácter público, se incorpora la difusión de películas originalmente hechas para el cine. Esa situación se estabiliza relativamente hasta alrededor de 1980 en que tanto la televisión por cable como la aparición del video analógico (Betamax, VHS) de carácter doméstico configuran

una extensión del espacio de difusión electrónica, y aumentan las posibilidades de difusión de películas de largometraje por esos canales. Antes de 1980, la incorporación de la televisión en color había incrementado el atractivo visual del medio, hasta ese entonces restringido a la imagen en blanco y negro, y con ello había afectado nuevamente la asistencia del público a las salas, agravado además por el deterioro de las condiciones de los viejos cines.

Durante todo este periodo se instala en la pantalla chica el formato serial que la va a caracterizar y a diferenciar de la pantalla grande. Es decir, mientras que el largometraje es el producto característico de la exhibición en salas públicas, la serie es el producto más propio de la exhibición en las pantallas televisivas. No se excluyen en absoluto las películas fabricadas para el cine en la difusión televisiva, incluso muchas de ellas, los telefilmes, realizados expresamente por las mismas compañías que tienen a su cargo las series. Tampoco se excluyen las series (en general, menos duraderas, y con otras características) en la programación cinematográfica. Pero vale lo dicho: el largometraje se enseñoorea en la industria cinematográfica mientras que la serie lo hace en la televisiva.

Con la incorporación de la tecnología digital, las cosas cambian. El video analógico es reemplazado por el digital: primero el DVD y, luego, el Blu-ray, de mayor resolución visual, que coexiste con el anterior. Por su parte, el Internet es la punta de lanza de una serie de incorporaciones que han cambiado por completo el orbe de las comunicaciones mediadas tal como se conocían. Google y el e-mail, las redes sociales, YouTube, Wikipedia, etcétera. YouTube es, precisamente, una de las primeras modalidades de transmisión directa por la vía informática y este es el

punto que nos interesa de manera central en nuestra investigación, pues el espacio informático se convierte en el transmisor, entre muchos otros contenidos audiovisuales, de películas y series.

La empresa Netflix ha sido la primera en dar el paso, descubriendo un territorio que recién empieza a abrirse y al que se han ido sumando, y se seguirán sumando, otras empresas, no sólo norteamericanas como Netflix y las que la han seguido en el partidor, sino también procedentes de otros países.

El surgimiento del *streaming*, el vocablo en inglés que, en estos tiempos de intensos anglicismos, designa la trasmisión directa por la vía informática, viene produciendo un enorme remezón que sacude la industria televisiva y pone en jaque a la misma industria cinematográfica. El fenómeno del *streaming* se asienta asimismo en un periodo histórico dominado por los procesos de globalización económica y aunque aquí nos interesa destacar especialmente la dimensión comunicativa, no se puede soslayar en absoluto lo que significa la acción de las empresas de *streaming* en la lógica de expansión de los conglomerados financieros, ya precedidas en las industrias cinematográficas y televisivas por múltiples adquisiciones y fusiones.

## **1.2. Formulación del problema**

En pocas palabras, la interrogante general que motiva este trabajo de investigación es la siguiente:

¿Hasta qué punto el nuevo paradigma que suponen Netflix y el *streaming* están influyendo en la producción y distribución cinematográfica globales y, especialmente, en América Latina?

Las interrogantes específicas son las siguientes:

- 1) ¿Qué estrategias de difusión ha elaborado Netflix en el espacio audiovisual y como se manifiestan en la producción y distribución de películas en América Latina?
- 2) ¿Qué significa la película *Roma* como primera propuesta de coproducción en el largometraje realizada por Netflix en América Latina?
- 3) ¿Qué novedad narrativa y audiovisual encontramos en *Roma*?

La irrupción de Netflix y el *streaming* en terrenos antes dominados por el cine y la televisión plantea una triple intersección:

- 1) La intersección entre el proceso de producción-distribución-exhibición del cine en salas públicas y en las pantallas subsiguientes; y el proceso de producción-difusión (*streaming*) de la plataforma informática.
- 2) La intersección entre la producción-difusión de la televisión de señal abierta y la producción-difusión de la plataforma informática. Hay que precisar que la intersección que nos interesa destacar ahora es la que se produce en el



terreno de los materiales de ficción y de no ficción (películas de largometraje, teleseries, documentales de largometraje) y no en la que corresponde al universo amplio de la no ficción televisiva (reportajes, informativos, programas de estudio, transmisiones deportivas y otros).

- 3) La intersección entre la producción-difusión de la televisión por cable y la producción-difusión de la plataforma informática. Vale para este punto las mismas precisiones hechas a propósito de la televisión de señal abierta.
- 4) A ellas podríamos sumar otra intersección de menor calado, pero también significativa: la que se cruza entre los modos de lanzamiento del video-disco digital (DVD y Blu-ray) y, nuevamente, las de la plataforma informática.

En otras palabras, la aparición del *streaming* que moviliza en primer lugar la empresa Netflix, seguida por varias otras que han extendido el uso de esa misma plataforma (Amazon, HBO, Disney, Movistar, entre otras), han puesto en jaque el predominio que venía teniendo la industria cinematográfica en materia de producción y/o difusión del cine (películas de largometraje, de ficción y documentales) a través de las salas públicas; y también la industria televisiva a través de la difusión de películas procedentes del cine y de los contenidos televisivos propios con impronta cinematográfica (*movies for TV*, teleseries, documentales televisivos, etcétera) a través de la televisión abierta y de cable, así como del video digital.

Se trata, entonces, de explorar la función que está desempeñando una tecnología electrónica en un campo que hasta hace muy pocos años ofrecía un panorama dinámico, pero relativamente estable y que, en lo que respecta a las películas de largometraje, se movilizaba entre las llamadas “ventanas de exhibición audiovisual” que, en lo relativo a las películas de largometraje, seguía el orden siguiente: 1) lanzamiento en salas públicas; 2) lanzamiento en la TV por cable; 3) difusión por el video digital (que reemplazó al video analógico previo), y 4) difusión en la televisión de señal abierta.

Es un trabajo que aspira a brindar una visión o un panorama de conjunto, intentando ofrecer un cuadro amplio del bosque sin detenerse en los árboles que lo forman o, en todo caso, deteniéndose en las áreas boscosas de mayor prominencia.

### **1.3. Objetivos de la investigación**

#### **1.3.1 Objetivo general**

- Analizar el impacto de Netflix en los procesos de producción y distribución cinematográfica global y su incidencia en el cine latinoamericano y describir el proceso de desarrollo tecnológico que posibilitó las emisiones por *streaming* y la aparición de Netflix como una empresa productora y distribuidora de largometrajes.

### 1.3.2. Objetivos específicos

- **Objetivo específico 1.** Describir las estrategias de difusión de Netflix en el espacio audiovisual y su incidencia en los procesos de producción y distribución de películas de largometraje en América Latina.
- **Objetivo específico 2.** Caracterizar el proceso de producción y distribución de la película *Roma* de Alfonso Cuarón como un proceso que marca un hito en la producción cinematográfica en Latinoamérica.
- **Objetivo específico 3.** Analizar el funcionamiento expresivo de la película *Roma* y su significación comunicacional en la etapa inicial de la producción del *streaming* ligada a la región latinoamericana.

## 1.4. Justificación de la investigación

### 1.4.1. Importancia

Se trata, sin la menor duda, de uno de los fenómenos derivados de las nuevas tecnologías que tienen la mayor relevancia en estos momentos. Estamos en una etapa en que se juegan muchas de las orientaciones de la producción audiovisual en el espacio mediático. Por eso, la investigación puede resultar útil para dar mayores luces sobre el fenómeno.

Cabe precisar que no conozco ningún libro en español que trate el asunto y lo que he podido conseguir son algunas publicaciones en inglés y en francés. Hay, sí, algunas tesis y artículos académicos sobre el tema, pero ninguno lo analiza desde la perspectiva que propongo en este plan de tesis. Sin arrogancia, puedo decir que esta tesis convertida en libro puede ser de mucha utilidad para estudiantes de comunicación y para cualquier interesado.

#### **1.4.2. Viabilidad de la investigación**

El trabajo no tiene complicaciones de orden financiero, logístico ni material, de modo que puede abordarse de una manera relativamente sencilla.

#### **1.4.3. Limitaciones del estudio**

En rigor, no se trata de una investigación cuantitativa, sino de un estudio de los procesos que han conducido a la aparición del fenómeno del *streaming*, de la situación actual que se confronta y de algunas proyecciones al futuro. Sin duda, es un trabajo que obliga a realizar generalizaciones y que no pretende en absoluto cubrir por completo el campo investigado. Vale como una indagación de tendencias y proyecciones y puede servir como un marco de referencia para ulteriores investigaciones puntuales en diversas líneas.

## CAPÍTULO 2: HIPÓTESIS

### 2.1. Formulación de la hipótesis

La hipótesis central que guía el trabajo:

Que la plataforma de Netflix, y por extensión del *streaming*, está produciendo una seria alteración de un orden que parecía, si no inmutable pues estaba sujeto a las variaciones impulsadas por los cambios tecnológicos y sociales, sí relativamente estable, en el ámbito cinematográfico. Esa alteración está afectando la exhibición cinematográfica y el consumo de películas tradicionalmente hecho en las salas públicas en Estados Unidos y en todo el mundo, pues el volumen de películas de largometraje ofrecidas por Netflix es cada vez mayor, y esa oferta se ve aumentada por los otros canales de *streaming*. La tendencia que se perfila abarca el terreno de la producción, pues Netflix no solo emite películas de largometraje procedentes de las compañías cinematográficas, sino que está produciendo material propio.

Las hipótesis secundarias son

- 1) Que esa tendencia se puede reproducir en el área de la producción de películas hispanohablantes, como lo demuestra el caso de un éxito de audiencia y de reconocimiento crítico e institucional: la película *Roma*.
- 2) Que la producción de *Roma* puede abrir espacios para el *streaming* en América Latina
- 3) Que los mecanismos audiovisuales y narrativos de la película pueden propiciar nuevos modos de acercarse a la narrativa cinematográfica en la región latinoamericana.

## **2.2. Variables operativas, dimensiones, indicadores e instrumentos**

- Netflix como nuevo paradigma en la producción y distribución cinematográfica global
- El cine latinoamericano en el contexto del auge de Netflix
- Película *Roma* de Alfonso Cuarón
- Netflix y el *streaming*.
- El tratamiento narrativo y audiovisual de *Roma*.
- El caso de la película *Roma*.
- *Roma* como obra cinematográfica individual.
- La producción de películas de largometraje y su lanzamiento y exhibición en las salas públicas; la producción y difusión de películas propias y las de las compañías cinematográficas vía Netflix y los canales de *streaming*.
- Producción de películas latinoamericanas.

- Los nuevos modos de narración cinematográfica.
- La pluralidad de las propuestas en el *streaming*.

### **2.2.2. Dimensiones**

De las variables operativas:

- La producción y difusión de las películas producidas por Netflix y el *streaming*.
- Las estrategias de Netflix en América Latina.
- La experiencia particular de *Roma* como coproducción de Netflix.
- La novedad narrativa de *Roma*.
- Los largometrajes exhibidos en salas públicas.
- Los largometrajes difundidos por la televisión.
- El espacio potencial del *streaming* en América Latina
- Las coproducciones de Netflix en América Latina
- Las posibilidades narrativas para el cine latinoamericano en el *streaming*.

### **2.2.3. Indicadores de las variables operativas**

- Expansión de la oferta de Netflix y el *streaming*, fortaleza económica, facilidad de acceso y potencialidad del mercado de espectadores
- Incursiones de Netflix en el espacio latinoamericano.
- La experiencia inicial de una coproducción
- El lanzamiento de una propuesta narrativa novedosa.
- Potencialidad del mercado de espectadores

- Fortaleza económica de Netflix y empresas similares;
- Capacidad de expansión;
- Facilidad en el acceso.
- Estado actual de la producción de largometrajes en el cine y la televisión.
- La mayor o menor apertura de la producción latinoamericana a la convocatoria hecha por Netflix.
- Las posibilidades de extensión de esa práctica coproductora.
- La capacidad del mercado y la disponibilidad de las audiencias para aceptar propuestas distintas.

#### **2.2.4. Instrumentos de investigación**

Para la realización de esta investigación se diseñaron tres instrumentos de investigación, a saber:

- **Instrumento n.º 1. Análisis documental**

Este instrumento nos permitió realizar dos tipos de análisis de los documentos referidos al fenómeno Netflix y su incidencia en el cine latinoamericano. En este sentido los documentos fueron sometidos a dos procesos:

- a) **Análisis contextual:** Se seleccionaron los documentos más relevantes producidos acerca del surgimiento de Netflix a partir de las transmisiones en *streaming*.



b) **Análisis interno:** Los documentos seleccionados fueron sometidos a un análisis de contenido textual, con el fin de identificar los datos claves para el enriquecimiento de nuestra investigación

- **Instrumento n.º 2. Análisis de contenido**

Utilizando la técnica de análisis de contenido se realizó el abordaje de la película *Roma* de Alfonso Cuarón.

- **Instrumento n.º 3. Entrevista en profundidad**

Este instrumento nos permitió discutir con expertos latinoamericanos acerca del impacto de Netflix en el cine latinoamericano utilizando como referente de análisis el largometraje *Roma* de Alfonso Cuarón

## **CAPÍTULO 3: MARCO TEÓRICO-REFERENCIAL**

Como el objeto de nuestro trabajo es la presencia de Netflix en el nuevo espacio de la comunicación audiovisual del siglo XXI, es preciso empezar por señalar algunos antecedentes que han ofrecido marcos de comprensión, datos e informaciones precisas sobre la marcha de una empresa y un canal (un supercanal) que en pocos años ha alterado la correlación existente en el panorama de la comunicación de contenidos audiovisuales.

### **3.1. Antecedentes de la investigación**

Hay que destacar que el fenómeno Netflix no estaba advertido antes de que se pusiese en marcha, es decir, no se había anticipado un canal que tuviese las posibilidades y el alcance que Netflix consigue en poco tiempo. Por lo tanto, no hay textos escritos antes de su aparición que prefiguren el efecto comunicativo que va a tener.

Por tanto, y como se trata de un fenómeno relativamente nuevo y en proceso de expansión, no es mucho lo que se ha elaborado puntualmente al respecto, pero hay literatura especializada sobre el periodo precedente y los procesos que se han

encaminado hacia el logro de los servicios de transmisión directa desde el espacio de la web. También se han publicado libros y artículos en revistas o en sitios web que han seguido la evolución de Netflix en sus primeros años y que han arrojado luces sobre la dinámica que Netflix ha seguido en los campos de la tecnología, el negocio y la comunicación audiovisual propiamente dicha.

Reseño a continuación varios libros relevantes, no todos centrados exclusivamente en el fenómeno de Netflix, pero sí muy pertinentes para dar cuenta de algunos antecedentes significativos.

Los ocho primeros me han servido para la elaboración del marco teórico y referencial de la investigación y los ocho restantes han sido materia de lectura. Sin embargo, esos ocho primeros no son los únicos textos que han servido de consulta, pues a ellos se suman otros que se van incorporando en el texto.

En *Una genealogía de la pantalla. Del cine al teléfono móvil*, Israel Márquez (2015) realiza un recorrido por las pantallas del siglo XX, empezando por la que emplea el cinematógrafo de los primeros tiempos hasta la llegada de los autocines, incluyendo las pantallas panorámicas y a todo color. El paso siguiente es a las pequeñas pantallas, desde la televisión hasta las pantallas de los videojuegos. El tercer paso es a las megapantallas y multipantallas. El cuarto, la ciberpantalla, desde el radar hasta la realidad virtual. Un quinto paso corresponde a las pantallas móviles donde se analizan los avances del teléfono móvil. En rigor, Márquez (2015) abre todo el abanico de posibilidades, culminando en las que en estos tiempos son

los medios en los que proliferan los contenidos del *streaming*, es decir, las pequeñas pantallas.

Gilles Lipovetsky y Jean Serroy (2009) analizan en *La pantalla global. Cultura mediática y cine en la era hipermoderna* las características del cine que se ve en las pantallas en estos tiempos y que resumen en los siguientes rasgos: la imagen-exceso, la imagen-multiplejidad y la imagen-distancia. Más adelante se concentra en “todas las pantallas del mundo”, entre ellas la pantalla informativa, la pantalla publicitaria, la pantalla deportiva, la pantalla de vigilancia y la pantalla lúdica, entre otras. A diferencia del libro de Márquez (2015) que destaca el fenómeno de las pantallas sin aludir mayormente a los contenidos audiovisuales, Lipovetsky y Serroy (2009) proceden a la inversa: es el contenido de las pantallas el que está privilegiado en *La pantalla global. Cultura mediática y cine en la era hipermoderna*, con lo cual se complementa el contenido desarrollado en el libro Márquez (2015).

Uno de los mejores libros en torno a internet y, especialmente, a la web, siguiendo la evolución del proceso desde que las computadoras de uso personal se pusieron en marcha es *The Game*, que conserva en su versión española el título en inglés propio de la versión original en lengua italiana. Pero el autor, Alessandro Baricco (2019), no traza la evolución tecnológica, sino la significación comunicativa, artística, social y ética. Le dedica un espacio mínimo, pero suficiente, para calibrar los aportes tecnológicos de los aparatos o las funciones o los aplicativos que se han ido sumando rápidamente y que con frecuencia se han ido para ser reemplazados, Pero no todos pueden ser reemplazados con facilidad y allí están

para demostrarlo los *smartphones*, Google, YouTube, Facebook y también Netflix y los canales de *streaming*.

En 4 *NETFLIX & Cie - Les coulisses d'une (r)évolution*, la francesa Capucine Cousin (2018) se concentra en el fenómeno Netflix, siguiendo la línea de crecimiento que ha tenido y las aperturas que ha logrado, hasta poner en jaque al cine y a la televisión. Es un libro con muchísima información pertinente, a medio camino entre el ensayo periodístico y la reflexión académica. Un libro fundamental en estos tiempos en cuanto que arroja luces sobre una realidad que en pocos años ha trastocado las cosas en el universo audiovisual.

Michael Smith y Telam Rhadul (2016) exploran en *Streaming, Sharing, Stealing. Big Data and the Future of Entertainment* los cambios que han venido operando en la industria del espectáculo a partir de la aparición de Netflix: las repercusiones en la televisión, las reacciones del cine, las nuevas estrategias de unos y otros, así como el rediseño de un panorama audiovisual que se ha trastocado en un corto periodo de años.

Escrito por uno de los mayores especialistas peruanos en el desarrollo de los nuevos medios audiovisuales, el Profesor Giancarlo Capello (2015), de la Universidad de Lima, el libro *Una ficción desbordada: Narrativa y Teleseries* no se centra en exclusividad en el caso Netflix, pero sí analiza una parte de su oferta serial, explicando el funcionamiento expresivo de las teleseries que tanto éxito han logrado alcanzar en los últimos tiempos.

*Historia de las series* de Toni de la Torre (2016) es un verdadero tratado sobre la evolución de las series, especialmente en el espacio televisivo tanto de la televisión de señal abierta en sus primeras décadas, como de la televisión por cable, culminando en los aportes de Netflix.

De la Editorial Paidós, que desde hace muchos años viene prestando atención al cine, la televisión y los nuevos medios, *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación. La imagen en la era digital* es uno de los libros sin duda más valiosos en la consideración de las imágenes en la era digital y, por lo tanto, en lo que viene ocurriendo en los últimos años. El autor es Lev Manovich (2005), profesor de la universidad de New York, y uno de los grandes teóricos contemporáneos de la tecnología y la estética de los nuevos medios.

Entre los artículos científicos y tesis escritos en años anteriores, todos sobre el fenómeno Netflix, quiero destacar los siguientes:

*How Netflix reinvented H.R.* es un trabajo de Patty McCord publicado en el 2014 en la Harvard Business Review, en el que desarrolla el efecto que el canal Netflix ha producido en el concepto de recursos humanos y cómo gestiona el talento de quienes participan creativamente en la empresa y de alguna manera lo traslada a los usuarios.

*Revolución Netflix: desafíos para la industria audiovisual* es una de las mejores aproximaciones al fenómeno Netflix, escrita por Verónica Heredia Ruiz y publicada en el 2017 en la revista Chasqui, de la CIESPAL. El texto se centra en los cambios

que opera Netflix en el espacio de los medios audiovisuales establecidos, especialmente el cine y la televisión.

*El caso Netflix 2012-2015. Nuevas formas de pensar la producción, distribución y consumo de series dramáticas*, es una tesis doctoral de Josefina Cornejo Stewart (2016) para la Universitat Ramón Llull, en la que se analiza la renovación que suponen las nuevas series dramáticas emitidas por Netflix y su apropiación por parte de las audiencias que las han puesto en el primer lugar de las preferencias.

Escrito por Laura Siri y publicado (2016) en Buenos Aires por Hipertextos, *El rol de Netflix en el ecosistema de medios y telecomunicaciones: ¿el fin de la televisión y el cine?* es un acercamiento a uno de los puntos cruciales generados por la aparición de Netflix y el auge del *streaming*: la incorporación de los contenidos audiovisuales de la televisión y del cine y la amenaza que se cierne sobre la misma existencia de los medios audiovisuales dominantes hasta hace pocos años.

*El sistema de recomendaciones de Netflix: algoritmos, valor comercial e innovación* es un trabajo que desarrolla uno de los aspectos cruciales de la revolución creada por Netflix: su utilización de algoritmos para establecer los gustos y preferencias de las audiencias y con ello poder marcar las pautas de las líneas de programación y la segmentación de los mercados. Publicado en el 2015 y escrito por Carlos Gómez Uribe y Neil Hunt.

*Nuevos modelos de negocio en la distribución de contenidos audiovisuales: el caso de Netflix*, publicado en la Revista Internacional de Comunicación Audiovisual, de

Zaragoza, Teresa Ojer Goñi y Elena Canapé (2012) exploran los nuevos modos comerciales que ha traído consigo la rápida expansión del canal Netflix.

Agrego, finalmente, dos libros en inglés de mucha utilidad en la comprensión del caso de Netflix. Ellos son: *The Netflix Effect: Technology and Entertainment in the 21st Century*, editado por Kevin McDonald y Daniel Smith-Rowsey (2016) en Londres, es un libro que explica diversos asuntos que conciernen a las dimensiones tecnológicas y comunicativas de Netflix: la matematización, la personalización, el *binge-watching*, la *Open Internet* y el caso de la serie *House of Cards* (2013), entre otros.

*El otro es Netflix & the Reinvention of Television*. Mareike Jenner (2018) es la autora de este libro publicado también en el Reino Unido como el anterior, en este caso en Cambridge. En él considera que Netflix está marcando una nueva etapa en la historia de la televisión y, a su manera, liderando los cambios que se producen en la organización de la programación televisiva y en la nueva dinámica de la transmisión de contenidos audiovisuales.

### **3.2. Bases teóricas**

Incorporamos de manera sucinta en el marco teórico los dos procesos histórico-comunicativos que han conducido a la aparición del sistema de descarga directa a través de internet. Estos procesos son: a) Las pantallas o plataformas que se echaron a andar desde la aparición del cinematógrafo de los hermanos Louis y Auguste Lumière y que prosiguen, televisión de por medio, hasta la pantalla de la



computadora y la diversidad de minipantallas digitales. b) La expansión digital desde los años setenta que conduce a la computadora de uso personal y progresivamente a la virtual computarización de los aparatos de uso individual con fines de comunicación y recreación.

Para el proceso que concierne a las pantallas hay dos libros de gran utilidad: *La pantalla global. Cultura mediática y cine en la era hipermoderna* de los franceses Gilles Lipovetsky y Jean Serroy (2009), y *Una genealogía de la pantalla. Del cine al teléfono móvil*, de Israel Márquez (2015).

La expansión digital tiene en el libro *The Game*, del especialista italiano Alessandro Baricco (2019), la aproximación más completa que conozco, pero los textos de Román Gubern, también hacen referencia a la pantallización y la evolución de las películas y las series, permiten tener una perspectiva muy clara sobre la evolución de la tecnología digital en los últimos cuarenta años. Los libros de Gubern a utilizar son: *La mirada opulenta. Exploración de la iconófera contemporánea* (1992); *Del bisonte a la real virtual. La escena y el laberinto* (1996); *Metamorfosis de la lectura* (2010); *Cultura audiovisual. Escritos 1981-2011* (2013); y *Dialectos de la imagen* (2017). Al menos dos libros del argentino Jorge La Ferla son referencias obligadas: *Territorios audiovisuales* (2012) y *Cine (y) digital. Aproximaciones a posibles convergencias entre el cinematógrafo y la computadora* (2009).

Para el tratamiento de Netflix y el *streaming* sirven como soporte teórico los libros siguientes: *El lenguaje de los medios de comunicación. La imagen en la era digital*, de Lev Manovich (2005); *El paisaje mediático*, de Arlindo Machado (2000); *Cultura*

*Mainstream*, de Frederic Martel (2011); *Netflix& Cie. Les coulisses d'une (r)evolution*, de Capucine Cousin; *Understanding Digital Cinema*, de Charles Swartz (2005); *Streaming, Sharing, Stealing. Big Data and the Future of Entertainment*, de Michael Smith y Rahul Telam (2016)

### **3.3. Definición de términos básicos**

Para efectos de nuestro trabajo conviene diferenciar los conceptos relativamente abstractos de aquellos que constituyen fenómenos de manifestaciones más directamente observables.

Entre los primeros:

- Procesos mediáticos: aquellos que activan de una u otra forma los medios audiovisuales tradicionales (cine, televisión, video) y los medios audiovisuales informáticos que se ofrecen en internet.
- Intersecciones mediáticas: los encuentros y cruces entre los medios audiovisuales tradicionales y los informáticos.
- Universo analógico: el que caracteriza al cine de soporte fotográfico, a la televisión electrónica y al video en casete o cinta.
- Universo digital: es el que adviene con la tecnología digital y que, en el caso concreto del cine y la televisión, transforma tanto los modos de registro y transmisión como los de recepción de imágenes audiovisuales.
- La transmedialidad: la difusión de los mismos materiales audiovisuales en diversos medios.

- Globalización: el fenómeno político-económico referido al universo audiovisual y la internacionalización de los productos en ese campo, de manera particular las películas de largometraje y las series de la televisión.
- Cultura audiovisual: está constituida por las formaciones imaginarias que produce el flujo de imágenes audiovisuales, en este caso referidas principalmente al campo de las películas de largometraje y a las series televisivas.

Entre los segundos:

- Cine: la institución cinematográfica en sus dimensiones de producción, distribución y exhibición.
- Televisión de señal abierta: el medio de comunicación electrónica y ahora también digital de mayor expansión antes de la revolución del *streaming*.
- Televisión por cable: la difusión de películas y series bajo la fórmula *pay per view* (PPW).
- Televisión analógica: la emisión de señales electrónicas a partir del uso de los tubos de rayos catódicos.
- Televisión digital: la que emite señales a partir de la tecnología electrónica numérica o binaria.
- Video analógico: el que contiene películas y contenidos audiovisuales utilizando cinta magnética.
- Video digital: el videodisco de soporte digital que se comercializa en los últimos veinte años y que reemplazó al casete analógico.

- Película de largometraje: llámase así al relato audiovisual que supera los sesenta minutos de duración, aunque se pueden incluir en el rubro obras que no son relatos, como los documentales o las que tienen un carácter experimental.
- Película de ficción: Puede ser un corto (hasta media hora), un medimetraje (de 30 a 60 minutos) o un largometraje que relata una historia inspirada en hechos reales o creada especialmente para las pantallas de exhibición.
- Película documental: representación sin guion, o con un guion muy escueto y con lineamientos generales. Igual que la anterior admite diversos metrajes y comprende diferentes modalidades que no pasan por el filtro de la representación ficcional.
- Producción de películas: la instancia en la que se elaboran las obras cinematográficas.
- Exhibición de películas: la difusión de obras cinematográficas en las diversas pantallas.
- Ventanas de exhibición: El circuito tradicional del recorrido de las películas de largometraje.
- Serie: el relato de larga duración ofrecido en fragmentos o capítulos. Admite variantes como la serial o la miniserie.
- *Streaming*: El servicio audiovisual que se ofrece directamente a través de internet.

### **3.4. . Procesos convergentes: El cine, la televisión y la dinámica digital**

#### **3.4.1. Las pantallas o plataformas de exhibición**

Sin la pretensión de hacer una relación cronológica muy detallada que desbordaría los límites de este trabajo, habría que empezar señalando que las pantallas en las que se visualizan Netflix y los canales *streaming* son una derivación de un proceso histórico que se pone en marcha con la aparición del cinematógrafo el 28 de diciembre de 1895 en una exhibición en el salón del Grand Café situado en el parisino Boulevard des Capucines, muy cerca del Teatro de la Ópera. En esa exhibición se proyectan vistas de corta duración filmadas por los hermanos Louis y Auguste Lumière, los inventores del aparato que operaba como tomavistas y proyector y que pone en marcha una andadura que continúa en nuestros días. La proyección a manivela desde la parte posterior de la sala permitía ver imágenes móviles sobre una pequeña pantalla situada frente al desplazamiento de los asientos. Después de algunos años el aparato de proyección pasa a ubicarse en una cabina o caseta especialmente dispuesta para tal efecto.

Uno de los grandes antecedentes de la pantalla fílmica, que no desapareció luego, fue el escenario teatral u otro lugar de la representación escénica (un galpón, una plaza pública, el atrio de una iglesia o el espacio central de una carpa de circo), pero es obvio que en esos casos no podemos hablar de pantalla, a no ser en un sentido metafórico, del mismo modo en que igualmente podemos hacerlo con el cuadro pictórico, el mural, el cartel, el panel fotográfico u otros modos de representación icónica fija, incluidos el libro y el periódico. De cualquier manera,

una genealogía de las pantallas no puede prescindir de aquellas que antecedieron a la imagen móvil como centros de atención visual. Hay que agregar que la información visual, tal como se entiende hoy, nace prácticamente con la tridimensionalidad aportada por la superficie de lo que Manovich denomina la *pantalla clásica* (2005, p. 147), aquella plana y rectangular concebida para una visión frontal y abierta al espacio de la representación. Así definida, sostiene Manovich (2005), se describe por igual a una pintura renacentista que al monitor de una computadora.

Con el cine nace la pantalla *dinámica* y tangible sobre la cual se reproducen imágenes extraídas de la realidad cotidiana o representaciones con figurantes o actores, lo que se conoce, respectivamente, con los términos de documental (o no ficción) y de ficción. Un dato adicional relevante: la pantalla de cine será de allí en adelante la única que ilumine la sala oscura y que se vea en compañía de un volumen variable de espectadores, es decir en condiciones de recepción colectiva o grupal en un sentido amplio, no de pequeño grupo. La pantalla de cine fue creciendo en la medida en que fueron aumentando las dimensiones de la sala y el cuadro fílmico se fue haciendo mayor por la distancia que se establecía entre el proyector y el espacio de las imágenes proyectadas.

Es bastante sugerente que antes de que el cine naciera como un espectáculo de sala con el cinematógrafo de los Lumière, hubo una experiencia previa financiada por el empresario e inventor norteamericano Thomas Alva Edison que constituye un curioso e involuntario precedente de la multiplicación de las pequeñas pantallas que han surgido en estos últimos tiempos.

El kinetoscopio de Edison permitía visualizar breves cortos de menos de sesenta segundos en un visor. El kinetoscopio era una especie de extraño mueble de madera con una mirilla por la que se veían las imágenes en movimiento. Lo señalo aquí para hacer notar que esos primeros registros de imágenes fílmicas, es decir, registradas sobre celuloide, el mismo que emplearán los Lumière, fueron concebidos para la visión individual, un poco lo que más adelante se conoció como el *peep show*.

La crisis de los grandes estudios en los años sesenta, la disminución de la calidad de los servicios o el franco deterioro de las salas individuales, sumadas a una mayor oferta televisiva de largometrajes y a la instalación del color en la pantalla chica, traen consigo, entre otras consecuencias, el concepto de la pluralidad de salas y pantallas, con lo cual aparece un nuevo modelo de exhibición: el de los multiplex o multisalas. Había antecedentes de salas gemelas, pero eran casos más bien aislados, y es en los años setenta que se presenta una notoria extensión en la edificación de salas dentro de un perímetro común.

Con los multiplex las pantallas literalmente se multiplican y el negocio cinematográfico empieza un progresivo desplazamiento de las salas individuales a los complejos de salas. La tendencia es a una drástica reducción del tamaño de las salas y también a una disminución del volumen de las pantallas. Esa tendencia va en aumento hasta apoderarse prácticamente de los espacios públicos de proyección ubicando de forma preferencial esos complejos de salas al interior de los grandes centros comerciales, *malls* o *shoppings*, cada vez más identificados con los lugares de exhibición de películas. En los Estados Unidos las salas

proliferan en los espacios suburbanos, reduciéndose drásticamente o en algunos casos desapareciendo del todo la concentración de salas en las zonas céntricas, en el llamado *downtown*.

Israel Márquez (2015) afirma que con el video:

el cine adquiere una nueva vida. Deja de ser 'evento' para convertirse cada vez más en "objeto", aunque el cine se seguirá consumiendo en grandes pantallas. Sin embargo, esa segunda pantalla que nace con la pantalla videográfica no hará más que expandirse con la llegada de otras pantallas, en especial la pantalla del ordenador, una pantalla capaz de introducirnos en un mundo nuevo de películas accesibles a golpe de hacer clic, una auténtica videoteca global que adquiere dimensiones babélicas: las dimensiones de una verdadera *Videoteca de Babel*.  
(p. 110)

Desde la década de 1970 se pone en marcha el rediseño del espectáculo cinematográfico que corre parejo con la tendencia a las ofertas de gran espectáculo, a esa variante del parque temático que ha mencionado Scorsese. Aparecen los primeros complejos de salas que ofrecen una programación variada y que se va concentrando en centros comerciales o *malls*. En correspondencia a la disminución de la asistencia a las grandes salas, provocada en parte por los activos que la televisión va sumando progresivamente (expansión del color, mayor calidad de la imagen, oferta creciente de películas) y a la aparición posterior de la televisión por cable y del mercado del casete (Betamax y VHS), y luego del disco digital, las multisalas ofrecen el atractivo de la novedad y la variedad, ubicadas además en espacios de recreación y oferta gastronómica. Cada vez más, el espectáculo



cinematográfico ha ido dejando sus lugares tradicionales para convertirse en parte de complejos comerciales con diversos rubros.

La televisión tuvo una prehistoria que es bastante diferente que la del cine. Cuando se menciona la prehistoria del cine se hace referencia a los diversos aparatos que, con el precedente de la Linterna Mágica, de tiempos de Leonardo Da Vinci, intentaban producir el efecto de movimiento, lo que en términos comunes se conoce como los “juguetes ópticos”, entre ellos el fenaquitoscopio, el zoótropo, el praxinoscopio o el teatro óptico. Salvo unos pocos, y ya cercanos a la aparición del cinematógrafo, que se valieron de una sucesión de fotos fijas como los Eadweard Muybridge (el zoopraxiscopio) o de Etienne-Jules Marey (el fusil fotográfico) no se trataba de imágenes fotográficas, sino de dibujos.

En cambio, desde el punto de vista tecnológico la televisión fue creada en la década de 1920, aunque su difusión comercial se inicia en Estados Unidos poco después de la Segunda Guerra Mundial, y luego de unos años en otros países de Europa y América Latina, convirtiéndose a inicios de los años cincuenta en un medio de comunicación en rápida expansión. Antes de comercializarse, se hicieron demostraciones públicas o exhibiciones en circuito cerrado mostrando en esos tiempos serias limitaciones en la resolución de la imagen y la calidad del sonido. Esas limitaciones se fueron reduciendo gradualmente a medida que el medio se fue expandiendo, aunque la transmisión vía las ondas hertzianas, que compartió con el medio radial, impidió una transmisión de recepción pareja en todas las pantallas individuales.

La televisión multiplica las pantallas haciéndolas formar parte del mobiliario doméstico y estableciendo un vínculo de proximidad con cada uno de los miembros de la audiencia que se adelanta a la de los celulares y dispositivos audiovisuales posteriores. En ese vínculo de contigüidad física con el aparato receptor juega un rol significativo la incorporación del dispositivo de control remoto o telemando, que evita tener que hacer la operación de cambio de canal de manera manual en el propio televisor, y le facilita al usuario un manejo muy libre en el paso o salto de un canal a otro. Nace así un mecanismo de interactividad con el medio, hasta entonces inexistente. El *zapping* (*del inglés: cambio de canal*) se convierte en una operación rutinaria que anticipa la navegación en el medio informático.

Cabe señalar, por otra parte, que las cámaras de video analógico, existentes desde mediados de los años cincuenta, empiezan a usarse de manera regular en la década siguiente, convirtiéndose en los años setenta en una modalidad internacionalmente generalizada de apoyo a la programación televisiva.

Asimismo, en los años sesenta el color se va expandiendo en la pantalla televisiva, con el uso de los sistemas NTSC en Estados Unidos, que más adelante se extiende en casi todos los países de América Latina; PAL en Europa Occidental y SECAM en Francia y la Unión Soviética. En los tiempos previos de la televisión en blanco y negro había un estándar único. Con la televisión digital esos sistemas, válidos como patrones cromáticos analógicos, dejan de funcionar y se instalan otros estándares que, en este caso, no se limitan al registro del color, sino que abarcan las diversas modalidades (transmisión en señal abierta, por cable y servicios en general).

Joel Augros (2000) da cuenta de que hasta fines del siglo XX el 90 % del mercado del video analógico estaba controlado por las respectivas divisiones videísticas de las cinco *majors* de Hollywood (Buena Vista Home Video, Warner Home Video, Fox Video, Columbia TriStar Home Video y Paramount Home Video), un porcentaje muy cercano al de las divisiones cinematográficas de esas empresas en la distribución de las películas en las salas públicas (p. 238).

El investigador brasileño Arlindo Machado (2000), uno de los mayores estudiosos latinoamericanos de los procesos audiovisuales y digitales en marcha ha escrito:

El video es el primer medio en trabajar de manera concreta con el movimiento (esto es, con la relación espacio-tiempo), si consideramos que el cine se mantiene como una sucesión de fotogramas fijos... Mientras que la imagen fílmica se graba en un cuadro fijo y en su totalidad una sola vez, la imagen de video está "escrita" de manera secuencial por líneas de barrido durante un intervalo de tiempo. (p. 303)

Con la aparición del video analógico en cintas que se comercializan y que contenían, sobre todo, películas de largometraje y, luego, la apertura de la televisión por cable, se instalan las llamadas ventanas de la exhibición que, para efectos de nuestro trabajo, son muy relevantes. En las épocas previas no se hablaba de ventanas de exhibición, primero porque el cine tuvo la exclusividad audiovisual hasta la llegada de la televisión comercial; y luego porque, con la televisión y durante un buen número de años, la incorporación de las películas a la pantalla chica fue gradual y tardía con relación a las fechas del estreno en salas.

El establecimiento de las ventanas de exhibición se produce cuando se amplían las plataformas de emisión y, básicamente, el video analógico y la transmisión por cable. En esas ventanas de manera sucesiva, aunque no siempre en el mismo orden, se “descomponía” la difusión del material fílmico, especialmente los largometrajes de ficción. Ellas eran: 1) las salas de estreno; 2) alquiler y venta de videos analógicos (Betamax y VHS); 3) televisión por cable; y 4) televisión de señal abierta. El tiempo entre una y otra era variable de acuerdo a patrones nacionales, pero las prácticas de la distribución norteamericana tendían, en promedio, al periodo de seis meses entre el estreno en salas y la salida en video analógico, y otro tanto ocurría con el paso progresivo a las otras ventanas.

El siglo XX se inicia, así, como el siglo de la imagen digital. A esos soportes de uso personal, familiar o institucional se incorporan como propuestas que se suman al video por cable, el video por demanda (VOD) y el *pay per view* - pago por visión o televisión a la carta (PPV). En cualquier caso, el DVD ingresa con enorme fuerza y experimenta una etapa de bonanza que hizo pensar que iba a proseguir por mucho tiempo y que “la alianza entre la industria audiovisual y la informática se había producido sin grandes traumas.” (Quintana, 2020, p. 45). Hacia el 2010 parecía haberse consolidado una etapa de mayor duración que aquella en la que predominó el VHS. No fue así, ya lo sabemos.

Con la aparición del DVD se empieza a flexibilizar el régimen de las ventanas de exhibición y en ello también juega un papel importante el crecimiento del mercado de los canales de cable que van imponiendo su autonomía.

A diferencia del espectáculo cinematográfico, ni la televisión, en sus dos grandes modalidades, ni el visionado de películas de video analógico o digital han exigido la oscuridad total del entorno, aunque se podría pensar que las condiciones de oscurecimiento exterior son ahora más propicias frente a una imagen de mayor calidad y de alta luminosidad, pese a que la mayor resolución digital y el pulgataje creciente de las pantallas hace prescindir a muchos de la necesidad de bajar la luz. De cualquier manera, esta es una de las razones por las cuales el “envolvimiento” que produce la pantalla en la oscuridad de las salas es irremplazable hasta el día de hoy.

Si hemos empezado por trazar un breve recorrido histórico por la evolución de las pantallas a partir de la aparición del cinematógrafo es porque tocamos un asunto cuya presencia y significación en los tiempos que corren es medular y que se diversifica con la eclosión de la tecnología digital. En términos de Román Gubern (2010), “La pantallización de la sociedad moderna es un fenómeno muy característico y constituye una llamativa seña de identidad de nuestra civilización tecnológica” (p. 94). No es solo una llamativa seña de identidad, es probablemente una de las realidades que, en términos antropológicos, está definiendo como pocas los vínculos del ser humano consigo mismo, con los otros y con el mundo que lo rodea. Tal vez ninguna revolución tecnológica llegó a tanto en tan poco tiempo y el cauce que traza ese recorrido –lento en sus primeras décadas y muy acelerado en las últimas– está marcado por la proliferación de las pantallas que hoy admiten un amplio rango de variantes, privilegiando aquellas que son de uso individual sin que eso limite en absoluto la constitución de una red creciente de pantallas de todo tipo,

una suerte de entorno o ecosistema, como el que anticipaba la fantasía distópica de la novela de George Orwell, 1984.

A esa fantasía parecen referirse Lipovetsky y Serroy (2009) cuando mencionan la existencia de una “pantalla global” que tiende a cubrir la actividad humana de forma cada vez más envolvente. En sus palabras:

...la pantalla-esfera, el estado-pantalla generalizado se ha vuelto posible gracias a las nuevas tecnologías de la información y la comunicación. Son los tiempos del mundo pantalla, de la todopantalla, contemporánea de la red de redes, pero también de las pantallas de vigilancia, de las pantallas lúdicas, de las pantallas de ambientación... nada escapa ya a las mallas digitalizadas de esta pantalocracia.  
(p. 22)

Sin embargo, las nuevas pantallas que nos interesan de manera puntual, y que serán vistas con mayor detenimiento en el tratamiento de la expansión digital y la irrupción de Netflix, son aquellas a las que se dirige el ojo y la atención del ser humano y, para el caso, las que vehiculan las representaciones ficcionales de los relatos audiovisuales. No es reducir la importancia de las pantallas que nos miran, es afirmar para efectos de nuestro trabajo las pantallas que miramos.

### **3.4.2. La expansión digital y la irrupción de Netflix**

Para efectos de nuestro trabajo resulta útil dar una mirada al proceso tecnológico que sienta las bases de esa transformación que ha tenido efectos cuyos significados aún resultan difíciles de calibrar. Es en el marco de este proceso que

se producen los cambios que estamos reseñando. Se incluyen en el panorama que veremos a continuación los cambios tecnológicos en el cine y la televisión a consecuencia de la incorporación de la tecnología digital.

El italiano Alessandro Baricco (2019) habla de una verdadera revolución digital entendida en primer lugar como una revolución tecnológica, pero también como una revolución mental, y establece una periodización del proceso que se inicia hace cuarenta años: la época clásica de 1981 a 1998: del Commodore 64 a Google; la colonización de 1999 a 2007: de Napster al iPhone y “The Game” del 2008 al 2016: de las *Apps* a AlphaGo.

Resumimos los hitos de las tres épocas, siguiendo a Baricco:

- Época clásica
  - 1981-1984: en estos años aparecen tres ordenadores personales: el PC IBM, el Commodore 64 y el Mac de Apple.
  - Commodore 64 vendió 17 millones de computadoras personales entre 1983 y 1994.
  - 1981: se conoce el primer protocolo de *mail* que crea las condiciones para la futura expansión del correo electrónico.
  - 1982: se comercializa el primer *Compact Disc* (CD) de música.
  - 1988: aparece la primera cámara fotográfica íntegramente digital de la compañía japonesa Fuji.
  - 1990: el ingeniero informático inglés Tim Berners-Lee inaugura la *World Wide Web*. Ya en 1974 había aparecido internet con el nombre

de Arpanet, aunque limitada en ese entonces a la comunicación entre unas pocas universidades norteamericanas.

- 1993: un grupo de investigadores europeos inventa el MP3 que registra archivos de audio. Ese mismo año, Mosaic se convierte en el primer navegador que alcanza a tener un uso que otros no habían tenido. No dura mucho tiempo, pero se anticipa a Safari, Google Chrome o Internet Explorer.
- 1994: nace Cadabra, el primer nombre de lo que será Amazon, creado por Jeff Bezos en Seattle, la primera librería *online* del mundo, convertida muy pronto en vendedora *online* de una gama muy amplia de productos.
- 1994: IBM presenta el primer *smartphone*. La Sony fabrica la PlayStation y dos estudiantes de Universidad de Stanford crean Yahoo!
- 1995: se pone en venta el primer DVD en el que convergen las empresas Philips, Sony, Toshiba y Panasonic. Ese mismo año Bill Gates lanza el sistema operativo Windows 95 y nace *eBay*.
- 1998: otros dos estudiantes de la Universidad de Stanford, Serguéi Brun y Larry Page crean Google.
- La colonización
  - 1999: Shawn Fanning, de 19 años, crea el *software* Napster.
  - 2001: surge Wikipedia, la primera enciclopedia *online*.
  - 2002: aparece LinkedIn, la primera red social.



- 2003: se comercializa BlackBerry Quark, el primer *smartphone*, que duró hasta el 2016. Ese mismo año, aparecen un invento europeo, Skype, y otro, MySpace, una nueva red social.
  - 2004: es el año de nacimiento de Facebook, que se convertirá en uno de los mayores fenómenos de la web.
  - 2005: este año YouTube tiene su fecha de nacimiento
  - 2006: aparece Twitter, otra red social que asume un papel prominente en el universo de la web.
  - 2007: Amazon lanza el Kindle, el primer dispositivo de lectura digital. Ese mismo año Steve Jobs presenta el iPhone.
- *The Game*
    - 2008: el sueco Daniel Elk, de 24 años, crea Spotify, y en los dispositivos de Apple aparecen con el nombre de Aplicaciones lo que se va a conocer luego como las *Apps*. Ese mismo año nace Airbnb, la empresa de alquileres de vivienda *online*.
    - 2009: se crean WhatsApp y Uber.
    - 2010: Instagram se incorpora al espacio de las redes sociales.
    - 2011: aparece un nuevo sistema de Apple: iCloud, que almacena los contenidos en la “nube”. Ese mismo año se da a conocer Snapchat y, por otra parte, el uso de las *Apps* supera al de la Web.
    - 2012: nace Tinder, una aplicación para citas y encuentros.
    - 2016: aparece Alpha Go, un programa de juego entre la máquina y el ser humano.

La cronología de Baricco (2019) se detiene en el 2016, pero hay que agregar que Alpha Go tuvo una vida breve, pues a fines del 2017 AlphaZero, de Deepmind, supera a Alpha Go y otros programas similares. También cabe añadir al menos dos incorporaciones que deberían estar en esa cronología: la *laptop* o computadora portátil que Epson lanzó al mercado en 1981; y el iPad, una *tablet* o computadora de tableta, que el mismo Steve Jobs, de Apple, presentó públicamente como solía hacer con sus productos tecnológicos. El iPad ha venido siendo una alternativa muy práctica y manuable con relación a la *laptop*.

De cualquier manera, estamos siguiendo un proceso en marcha, un *work in progress* que no tiene fecha probable de cierre, por lo que podemos anticipar que los cambios y las innovaciones serán permanentes en la dirección de los modos de una intercomunicación que ha abolido fronteras y que acerca como nunca antes en la historia a los habitantes de todos los puntos del planeta.

Me detengo un poco en el término con el que Baricco (2019) define la última etapa (hasta la fecha) de la evolución digital, *The Game*, o directamente *el game* como se ha semicastellanizado el término (juego en inglés) que para el autor italiano define el sentido en que se manejan los dispositivos digitales, como si se tratara de un juego, de un ejercicio lúdico más que otra cosa, aunque ese ejercicio lúdico sea también un ejercicio de intercambio comunicativo, de provisión informativa, de conocimiento, de fruición estética y más. Baricco (2019) le asigna fecha de nacimiento a lo que, deduciendo de su argumentación, podríamos llamar la Era del *Game*: su momento de fundación es la presentación que Steve Jobs hizo del iPhone el 9 de enero del 2007 en San Francisco.

No expuso teorías: mostró una herramienta. Pero en esa herramienta salían a la luz y encontraban su forma rasgos genéticos que la insurrección digital siempre había tenido y de los que ahora llegaba a ser plenamente consciente. En ese teléfono – que ya no era un teléfono– se leía la estructura lógica de los videojuegos (caldo primordial de la insurrección), se perfeccionaba la postura hombre-teclado-pantalla, moría el concepto del siglo XX... (p. 322)

Como no es posible ampliar la reflexión de Baricco (2019), pues desbordaría los límites de este ensayo, remito a los interesados a la lectura de su libro, sin la menor duda uno de los mejores, si no el mejor faro para iluminar el territorio digital en el que todos, de una u otra manera, estamos inmersos en este nuevo siglo de la historia de la humanidad.

### **Internet y la *Worldwide Web***

Internet es el espacio virtual que, para fines de nuestra investigación, constituye la base en la que operan Netflix y el *streaming*. Internet existe, prácticamente, desde 1969 cuando tres universidades norteamericanas articularon una primera conexión de computadoras. Pero es en el curso de los años noventa en que se expanden los servicios que ofrece la Internet, ya como una gran confluencia de redes de comunicaciones interconectadas y con alcance mundial. Uno de esos servicios es el correo electrónico (el *e-mail*) que va a reemplazar en muy corto tiempo como modo de comunicación escrita a una institución histórica que parecía inamovible, el correo postal. No lo elimina, pero en la práctica lo reduce a funciones de mensajería y encomiendas.

Otros de los servicios son la transmisión de archivos, la telefonía, la transmisión de televisión o los juegos en línea. Pero el más importante, y con el que a menudo se confunde, es la *Worldwide Web*, o simplemente la web. Allí se han reunido los sitios más frecuentados por los usuarios de internet, es decir, por los millones de usuarios repartidos en todo el mundo: los buscadores como Google, Hotmail, Bing o el chino Baidu; los sitios web audiovisuales como *YouTube* o *Vimeo*, o textuales como Wikipedia; las redes sociales como Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn; las bases de datos como Internet Movie Data Base (IMDB); las empresas de comercio en línea como Amazon; los blogs, podcast, etcétera.

Una de las novedades que se perfilan desde inicios del nuevo siglo y que ya está totalmente integrada a internet es la de las plataformas de uso personal: además de las computadoras, están los celulares, las *tablets*, los *notebooks*, los *e-books* y otros que han configurado la era de las multipantallas. De allí derivan los conceptos *transmedia* y *crossmedia*; los *transmedia* son propuestas sobre la base de historias que se desarrollan en diversos formatos; los *crossmedia* son similares a los anteriores, con el agregado de que los usuarios pueden subir materiales, lo que no ocurre con los proyectos *transmedia*.

La web ha permitido asimismo la proliferación del audiovisual a través de la descarga (*download*) y el *streaming*, que es la emisión o transmisión en directo desde el propio sistema (sin necesidad de descargar nada), con la utilización de un servicio de alta velocidad. Se considera que un concierto de los Rolling Stones emitido en 1994 fue la primera experiencia de transmisión en directo desde la web.

Sin duda, y hasta la fecha, Netflix ha sido el mayor beneficiario de las posibilidades de la emisión en directo, que también efectúan YouTube o Spotify, esta última en el registro sonoro y musical.

Bien lo dice Lev Manovich (2005), dando cuenta de lo que en una cierta medida es el cierre de un ciclo y, a la vez, el inicio de uno nuevo:

Cien años después del nacimiento del cine, las maneras cinematográficas de ver el mundo, de estructurar el tiempo, de narrar una historia y de enlazar una experiencia con la siguiente se ha vuelto la forma básica de acceder a los ordenadores y de relacionarnos con todos los datos culturales. En este sentido, el ordenador cumple la promesa del cine en cuanto esperanto visual... De hecho, hoy en día, millones de usuarios de ordenador se comunican entre sí a través de la misma interfaz. (p. 130)

## **El ciberespacio**

No puede faltar en una comprensión del fenómeno instalado por la web el modo en que se configura la relación del usuario con las plataformas. Este es un punto de cambio y, por lo visto, de no retorno a las relaciones preexistentes. El telemando o el telecontrol (el “control remoto” en el argot local) tanto como los primeros videojuegos, fueron los primeros pasos en una vinculación antes inexistente entre lo que había sido el espectador y la pantalla. Ahora es el espectador-activo o participante, y en muchos casos más participante que espectador. Más participante en los videojuegos y en una buena parte del universo de la web. Menos participante, desde luego, cuando se trata de la oferta programática de películas y series,

aunque los modos interactivos se van expandiendo y auguran novedades a la vuelta de la esquina. La participación se activa debido a la dimensión audiovisual propio de ese “ultramundo” que menciona Baricco (2019), y que corresponde al que desde hace más de treinta años se viene utilizando, el de ciberespacio, que fue tomado de la novela de William Gibson, *Neuromante* (1984), un escritor de ciencia-ficción considerado el padre del *cyber-punk*. Un tema aparte, que no es el caso examinar, es el de considerar los lazos del universo digital con las fantasías de la literatura de ciencia-ficción. Los puentes entre uno y otra son tan variados como sugestivos.

Gubern (1996) explica con claridad las características del ciberespacio, se universo creado por la web en el que un porcentaje cada vez más elevado de la población mundial se mueve cotidianamente.

El ciberespacio es, en efecto, un paradójico lugar y un espacio sin extensión, un espacio figurativo inmaterial, un espacio mental iconizado estereoscópicamente, que permite el efecto de penetración ilusoria en un territorio infográfico para vivir dentro de una imagen, sin tener la impresión de que se está dentro de tal imagen, y viajar así en la inmovilidad... El ciberespacio no existe para ser habitado, sino para ser recorrido, es decir, comparece como un espacio transitorio y efímero... se habla de “inmersión” y de “navegación” en el ciberespacio, tomando conceptos procedentes del vocabulario marino, pues el ciberespacio es percibido como un fluido. Por el ciberespacio se ‘navega’, no se camina. (pp. 167-168)

En lo que se refiere a los entramados narrativos de la ficción, el ciberespacio facilita, además, lo que Lipovetsky y Serroy (2009) llaman el “relato multiplex” (p. 101) en

el que la línea de acción no es unidireccional sino que salta de las acciones principales a las secundarias, a riesgo incluso de caer en la dispersión y en lo fragmentario.

### **La aparición de Netflix**

Como se sabe, Netflix se crea en 1997, en un momento en que las casas de alquiler y venta de videos analógicos, entre las cuales la cadena Blockbuster era la más poderosa, se encontraban en una etapa de crisis, previa a su virtual desaparición posterior, a causa del incremento de películas en los canales de cable y también por la inclemente piratería que se iba extendiendo en el mercado negro. Netflix ofrece lo que Blockbuster no había hecho de manera significativa: enviar los videos a la casa de los interesados, lo que aún mantiene, pero solo en el territorio norteamericano. Ya antes del surgimiento de Netflix se había incrementado el video digital bajo la forma del DVD, aun cuando el casete del VHS seguía teniendo fuerza en el mercado. Pero el avance del DVD fue muy rápido y con el nuevo siglo su consolidación ya era un hecho.

El ingeniero y empresario Reed Hastings y el especialista en *marketing* Marc Randolph son los cofundadores de la empresa. Hastings, la figura central del dúo fundador, tenía 37 años en ese momento, siendo menos joven que el promedio de quienes pusieron en marcha proyectos en la web que muy pronto los convirtieron en multimillonarios como Jeff Bezos, que a los 29 años fundó Amazon en 1995, Larry Page y Serguéi Brin, iniciadores a los 25 años de Google en 1998; o Mark Zuckerberg, que crea Facebook a los 20 años en el 2004. También, Chad Hurley,

Steve Chen y Jawed Karim, fundadores de YouTube en el 2005 con poco más de 25 años cada uno de ellos. YouTube fue vendida a Google un año y medio después en una cifra elevadísima. Bezos (en el primer lugar), Zuckerberg y Page están situados entre los diez hombres más ricos del mundo en la lista Forbes del 2019, donde también figura Bill Gates, el fundador de la poderosa empresa de *software* Microsoft, en el segundo puesto. Bezos supera los 131 000 millones de dólares en sus activos, mientras que Gates le sigue los pasos de cerca.

No resultan tan anecdóticos esos datos, ampliamente conocidos, porque en términos de millones de dólares dan cuenta del efecto económico, pero también social y comunicativo producido, primero por la tecnología del *software*, que tuvo igualmente entre sus artífices al fallecido Steve Jobs, el hombre que a los 20 años puso en marcha la empresa de *software* Apple en 1976; y luego a los gestores de los más grandes emprendimientos afincados en la web. Casi todos son ingenieros que se han convertido en verdaderos modelos de capacidad creativa y gestión empresarial.

Por cierto, el empuje y los extraordinarios logros obtenidos no pueden soslayar serias reservas que expone Baricco (2019) y que se refieren a ese poder monopolístico casi inconmensurable de unos pocos creando inmensas fracturas, que ni en la época del capitalismo más duro habían distribuido la riqueza de un modo tan asimétrico, injusto e insostenible.

Nacido como un campo abierto capaz de reducir el poder, el *Game* se ha convertido en presa de unos poquísimos jugadores que prácticamente se lo comen todo, a menudo incluso aliándose. Estamos hablando de Google, Facebook, Amazon,



Microsoft, Apple... Cuanto más ricos se hacen, más jugadores de estos son capaces de comprarse todo... (pp. 245-246)

Si no en el nivel de las cifras de millones que atesoran los dueños de esas empresas, Reed Hastings y Ted Sarandos pertenecen al mismo club de ganadores.

Netflix es una contracción de *Net* (internet) y de *flix*, una de las denominaciones de filme en el argot norteamericano. El conocimiento de la inteligencia artificial le permite a Hastings ir creando los primeros algoritmos –grupos de reglas operatorias para resolver problemas– que constituyen el soporte tecnológico del servicio que ofrece Netflix. Ya en el 2001, el volumen de suscriptores alcanzaba los 600 000. Con la salida de Randolph en el 2004, Hastings pasa a tener aún mayor figuración, en momentos en que HBO, Showtime y otras cadenas de cable dominaban el mercado de las suscripciones.

Netflix inicia el *streaming* con una amplia cartera de títulos que no eran de su propiedad, lo que ha seguido haciendo, incluso con los materiales de Disney (hasta que previsiblemente deje de tenerlos muy pronto), pero suma a esa línea, otra cada vez más significativa que es la producción propia. Es decir, la empresa se especializa cada vez más en la elaboración de sus propias películas, series y otros contenidos audiovisuales, ofreciendo la exclusividad de los mismos.

Es así que Netflix desafía este esquema tradicional de distribución y apunta en el año 2013 por el lanzamiento de la primera serie para una plataforma web de alta calidad y presupuesto: *House of Cards* y en el año 2015 lanza su primera película original, *Beast of no Nation*. (Heredia, 2017, p. 277)

Eso ha significado que, salvo excepciones, el material que ofrece limita su espacio de recepción al de las pantallas digitales, excluyendo a las salas públicas. Parece romperse así lo que hasta hace pocos años era impensable: que las salas dejaran de ser la primera y obligada primera ventana. Y no sólo eso, pues de hecho están dejando de ser incluso, parcialmente, una de las ventanas por la exclusividad del espacio informático que Netflix pugna por mantener.

Fuerte en la distribución del DVD y luego del Blu-ray, el siguiente paso de Netflix fue convertirse en un canal de *streaming*, contando con los servicios informáticos de Amazon a partir del 2008. El *streaming*, que es el envío a los usuarios suscriptores de materiales audiovisuales que son descargados en el momento mismo de la emisión, empieza su marcha e internet se convierte en el territorio de expansión de Netflix sin reacciones inmediatas de los potenciales competidores. Para eso, el servicio no tenía que pasar por ningún operador de televisión o de telefonía, como había sido hasta ese entonces, y lo seguirá siendo para los canales de cable. Blockbuster, por su parte, fundada en 1985, muy exitosa en alquiler y venta de películas durante los años noventa, va perdiendo presencia en el mercado y se declara en bancarrota en el 2010. ¡Es el triunfo del *streaming*!

Netflix se diferencia de los canales de cable, primero porque su oferta apunta al espacio informático, y además porque, a diferencia de esos canales que ofrecían material de su propia cosecha, Netflix difundía las series que otras compañías habían dejado de emitir, descubriendo con ello una potencialidad comercial

imprevista. Igualmente, se hacen de un fondo fílmico de títulos recientes y no recientes que constituyen otra fuente de interés para los usuarios.

A propósito de las series, y en referencia la relación que se establece con las audiencias, Jordi Balló y Xavier Pérez (2005) sostienen:

Existe, por lo tanto, un placer genuino por el reconocimiento de los territorios propios de los personajes, un mapa emocional de identidad figurativa. El carácter totémico de estos espacios originarios comporta vínculos sentimentales profundos, que el receptor de la ficción asume como propios, Los espacios seriales adquieren memoria y dimensión mítica. (p. 35)

En el 2012, y con 25 millones de clientes en Estados Unidos, Netflix ya no está solo en el mercado, pues aparecen los primeros competidores: HBO Go, Prime Instant Video de Amazon y Hulu que, como hemos visto, es una iniciativa de NBC/Universal, la Fox y Disney. Ted Sarandos, director de contenidos de Netflix, que se convierte en la segunda figura mediática de la empresa, establece acuerdos con las productoras de cine y televisión de Hollywood para ofrecer películas y series, después de un tiempo de sus estrenos y difusión televisiva, respectivamente, con lo cual se incrementa el volumen y la oferta. Por otra parte, si en sus primeros años, el alcance de Netflix se limitó al territorio norteamericano, a partir del 2010 el alcance se hace internacional de manera gradual.

Hay que destacar la habilidad de Netflix para hacer uso de los algoritmos clasificando en su *Big Data* a sus millones de abonados en más de 2000 categorías

de acuerdo a sus gustos, lo que le permite proyectar con mayor claridad sus líneas de programación. Por otra parte, Netflix no informa acerca del volumen de visionado de sus emisiones. Ese es un secreto que se guarda la empresa. (Cousin, 2018, p. 92)

Lo dijo expresamente Reed Hastings en lo que sonaba como una declaración de guerra: remplazar la televisión podía significar tomar la fortaleza de esa plataforma mediática y hacerla suya, si no en su totalidad, al menos en una parte sustancial. Y eso es en realidad lo que se ha venido haciendo sin actos de guerra propiamente dichos. La televisión está siendo colonizada por la tecnología digital y por las plataformas de la web. El proceso de digitalización ya se veía venir desde hace un buen número de años, pero en ese entonces se pensaba que eso iba a transformar el soporte técnico de la transmisión y no se advertía con claridad que la expansión de la web iba a penetrar en lo que se pensaba eran dominios exclusivos de la televisión. Los canales de *streaming* se instalaron en la señal televisiva. Allí están Netflix, YouTube y los demás. Y eso ha obligado a los canales de cable y a las empresas televisivas a intentar competir en el terreno en disputa: preferentemente series.

A considerar en el balance el desplazamiento que se viene produciendo por parte de las firmas auspiciadoras y de las agencias de publicidad desde la televisión hacia los sitios web y de manera considerable hacia aquellos que como YouTube tienen tal alto poder de convocatoria. Esta es un área sumamente sensible y en la que se juega el porvenir de la permanencia de las empresas televisivas tal como las hemos conocido.

Pero, otros ámbitos del espectro televisivo están en riesgo de perder esa atadura tradicional al medio: el deporte, por ejemplo, y de manera especial el fútbol, cada vez más globalizado y más atraído por las apetencias del *streaming*. La misma información periodística se encuentra en revisión. Ya se habla del nuevo periodismo informático o del periodismo ciudadano, pues se van abriendo ventanas aquí y allá y es posible que nos encontremos en la antesala de un cambio de proporciones aún no previstas y que desbordan el formato de los blogs y los sitios web en boga. Eso ha alcanzado ya a la propia existencia del medio impreso en absoluto inmune a las corrientes que empujan a la vía digital. De hecho, el medio impreso en general viene sufriendo la arremetida y el diario, la revista semanal o mensual y otras publicaciones periódicas o han cerrado o se han ido adaptando a la nueva situación. Esa que hace que cada vez más los diarios y otras publicaciones cuenten con ediciones digitales, sin dejar necesariamente el órgano impreso. En el Perú lo está haciendo la empresa *El Comercio*, la más antigua y la más poderosa en el ámbito periodístico nacional.

Tal como van las cosas es prácticamente inevitable que se produzca una suerte de repliegue por parte de las cadenas tradicionales de televisión y no para dejar en manos de los “nuevos dueños” del *streaming* la propiedad o el control de sus empresas, a no ser claro que sean compradas o absorbidas, como lo está haciendo Disney en relación con diversos complejos cinematográficos. El repliegue, en este caso, consistiría en el replanteamiento de esa condición de autonomía tecnológica que el medio televisivo poseía antes y su virtual incorporación al espacio *online*. No parece haber alternativa a la vista. La televisión tal como la conocemos o se

transforma o muere. “Actualmente parece como si todo el universo de las series de televisión estuviera en un proceso de revisión, como si aquella edad de oro que cambió las formas de narrar haya llegado a su fin” (Quintana, 2020, p. 47).

No cabe duda de que HBO es la generadora de la etapa de apogeo de las series que se inicia a fines de los años noventa y se extiende a lo largo de los primeros veinte años del siglo en marcha. *Game of Thrones* (2011), la serie más vista y, además, la más próxima a las grandes producciones cinematográficas, una suerte de *El Señor de los Anillos* (2001) de la televisión VOD. (2) *House of Cards* (2013) es la primera apuesta de Netflix en el terreno de las series y es lanzada no en el orden progresivo en que se veían las series en los canales de cable, sino en su totalidad, casi como si fuese una película de larguísima duración, con la intención de que los espectadores pudiesen verla de un tirón, si es que así lo quisiesen, sin las esperas o pausas semanales propias de la tradición serial en la televisión. De ese modo se impone el llamado *binge watching* (que puede traducirse como visionado compulsivo), expresión que se asocia desde mediados de la última década al consumo “frenético” de las series por internet, manteniendo como espacio de visión una sola pantalla o, como se vuelve frecuente, pasando de una pantalla a otra u otras en una suerte de continuidad transmediática que no afecta el seguimiento del relato, aunque las condiciones de recepción no sean las mismas.

*House of Cards* (2013) gana tres Emmy Awards en su primera temporada, lo que le significa a la empresa un respaldo en términos de reconocimiento a la calidad. Ya desde el 2011 Netflix tenía a su cargo los derechos de series celebradas como *Star Trek* o *Twin Peaks*, abonando en dirección a convertirse en un servicio con

productos reconocidos. Amazon prepara en la actualidad una serie de *Lord of the Rings* que cubre la “precuela” de la trilogía que dirigió Peter Jackson para la New Line Cinema.

Por otra parte, Netflix establece un contrato con Disney y su filial Marvel Television, adaptando varias obras procedentes de las historietas de Marvel: *Daredevil and Jessica Jones* (2015), *Luke Cage* (2016), *Iron Fist* (2017), *The defenders* (2017), etcétera. El prestigio no se gana por esta veta, pero es que Netflix no apunta solo a ganar prestigio. También en la línea del gran espectáculo, Netflix difunde la serie televisiva *Star Wars: The Clone Wars* (2013) y *The Lost Mission* (2014), procedentes de la Disney. Una creación fantástica de Netflix iniciada en el 2016 y aún en permanencia es *Stranger Things*.

En el 2018 se lanzaron casi 500 series, cada vez menos por los canales tradicionales, lo que supone una oferta gigantesca proporcionada por el cable que erosiona cada vez más la programación de series de la cosecha de las empresas que habían dominado el mercado, iniciándose así el declive de la llamada tercera era dorada de la televisión. Cappello (2015) pone énfasis al escribir “Ya no es posible hallar diferencias cuantitativas entre la realización cinematográfica y aquella que se hace para la televisión” (p. 55 ) Así es, estamos ya de lleno en otra etapa.

Al lado de esas series, están las que tienen a su cargo realizadores de cine que aportan a la línea de la producción de autor: *Sense 8* (2015), una serie de ciencia ficción dirigida por Lana y Lilly Wachowsky, quienes habían dirigido la trilogía de *Matrix* (1999-2003), cuando se llamaban Andy y Larry. *The Get Down* (2016), una

serie musical dirigida por Baz Luhrmann, el realizador de *Moulin Rouge* (2001). Y la serie criminal *Narcos* (2015) grabada en Colombia, parcialmente hablada en español, y dirigida por el brasileño Jose Padilha, conocido por la película *Tropa de Élite* (2007).

Hay más, aún: Netflix se convierte en el productor de la tercera temporada de *Black Mirror* en octubre del 2016, incorporando a su activo la antología de ciencia-ficción británica a cargo de Chanel 4. Entre los episodios, independientes entre sí, pues no se trata de una serie, algunos están dirigidos por Joe Wright, un nombre prestigioso del cine de Gran Bretaña (*Pride and Prejudice* (2005), *Atonement* (2007), *Darkest Hour* (2017). Asimismo, esta compañía le abre las puertas a los célebres hermanos Joel y Ethan Coen para la realización de la que es su primera serie televisiva: *The Ballad of Buster Scruggs* (2018). Los nombres siguen: Damien Chazelle, el autor de *La La Land* (2017), ha realizado la serie musical de diez episodios *The Eddy*, que ha sido emitida en el 2020.

Otro logro en pos del prestigio: en enero del 2020 se anunció la adquisición de las películas de la empresa de animación japonesa Ghibli para su incorporación a las transmisiones de Netflix. Allí está la obra completa de Hadao Miyasaki, el más reconocido creador internacional de animación, además de otras producciones de gran vuelo de la Ghibli en el territorio del anime.

Sin grandes nombres, necesariamente, otros rubros apuntalan la apuesta de Netflix por la calidad de la programación. Esa programación que no se concentra solo en las series, o en los largometrajes con actores, pues cubre otras líneas como los



documentales y las docuseries, rubros muy voluminosos en la obra de la compañía; también la animación tanto en su vertiente más amplia como aquella dirigida exclusivamente a la audiencia adulta; el anime es otra línea de producción, como lo son las coproducciones de series y largometrajes con otros muchos países, sin agotar en este listado el catálogo de opciones que ofrece Netflix.

### **El ensanchamiento de las empresas en la plataforma del *streaming***

Como ha ocurrido con otras plataformas de internet, el crecimiento de Netflix ha sido espectacular en muy pocos años, convirtiendo rápidamente el *streaming* en el vehículo más efectivo y lucrativo de difusión de contenidos audiovisuales (principalmente películas de largometraje y series) a nivel mundial. Los contenidos audiovisuales se han ido diversificando, con lo cual se segmenta cada vez una propuesta que, hoy en día, no es un monopolio de Netflix, pues otras empresas se han incorporado a la difusión vía *streaming* (Amazon, HBO, Movistar, Hulu , Google) y las empresas Sony/Columbia y Disney anuncian su ingreso en el 2020, con lo cual es muy probable que veamos muy pronto una seria competencia, especialmente entre Netflix y la Disney que, como se sabe, además de la producción de su cosecha, es propietaria también de los materiales de Marvel, Pixar y la franquicia *Star Wars*, lo que vaticina una entrada muy potente de la empresa que fundara el legendario Walt Disney. También Apple y Facebook tienen planes para incorporarse a la competencia.

Hulu es un servicio bajo demanda que fue creado por una asociación de Disney, Comcast y News Corporation que permite ver los contenidos de las cadenas ABC,

NBC y Fox dentro de los Estados Unidos. Amazon Prime Video se estableció en el 2016 y es una división de la empresa *online* de igual nombre, destinada al mismo servicio VOD, que incluye adquisiciones, pero sobre todo producción propia.

Amazon Prime Video comienza sus operaciones por lo grande, alcanzando 200 países de golpe, lo que a Netflix le había costado varios años. Amazon aprovecha, asimismo, la experiencia de su servicio de comercio electrónico, elaborando su propio algoritmo con la información de los gustos y preferencias de sus clientes. Blockbuster Video crea su canal VOD en el 2014.

Movistar es una división de televisión por pago de la empresa Telefónica de España. En el 2010 HBO inició su canal *online* llamado HBO Go, que cinco años después adopta el nombre de HBO Now, permitiendo que la suscripción alcance a quienes no estaban suscritos a las emisiones del canal de cable. En el 2014 CBS, que venía operando a través de Netflix, inició un servicio propio llamado CBS All Access, con características parecidas a las de Hulu. Google llega a la competencia, vía YouTube Red y como productora de sus propias series, en el 2018, con *Cobra Kai* (2018), según el modelo de *Karate Kid*. Facebook, a su vez, da inicio a la producción de series en el mismo año que Google, con *Queen America*, que tiene a Catherina Zeta Jones como protagonista.

En la línea que va marcando Netflix las tendencias apuntan simultáneamente a diversos segmentos de audiencia. Los nombres más conocidos, provenientes del cine son los de Martin Scorsese, David Lynch y Woody Allen. Scorsese es el productor ejecutivo de *Boardwalk Empire* (2010-2014) de HBO, y Lynch prosigue

su serie de culto *Twin Peaks* en *Twin Peaks: The Return* (2017), esta vez para el canal de *streaming* Showtime. Allen escribe y dirige la serie *Crisis in Six Scenes* (2016) para Amazon, que contrata al creador de *Manhattan* para hacer cuatro producciones para la pantalla grande que empiezan con *A Rainy Day in New York*, filmada en el 2018. Como es ampliamente conocido, y luego de las denuncias contra Allen en una etapa histórica especialmente susceptible frente a las denuncias de violencia o abuso sexual, Amazon se negó a estrenar la película en Estados Unidos e interrumpió el contrato con Allen.

Si bien Netflix está en condiciones de gastar fortunas en *marketing* y publicidad frente a empresas como Hulu, HBO Go o la misma Amazon, no lo hace habitualmente pues informa directamente a sus millones de suscriptores o lo hace de manera selectiva según el segmento al que se quiere dirigir. Dos de las excepciones a la regla fueron la serie de ciencia-ficción *Altered Carbon* y el largometraje *Annihilation* (dirigido por Alex Garland, con Natalie Portman), ambas del 2018, que contaron con una potente campaña previa, al menos en algunos países.

A las compañías de *streaming* se les abre un espacio bastante más ancho para poder arriesgarse con las obras realmente independientes o, en todo caso, con propuestas que impliquen mayor vuelo creativo y que, en el marco de la producción del cine y la televisión, resultan de mayor riesgo financiero.

La producción de películas de largometraje de Netflix se inicia a poco del lanzamiento de la señal vía informática, empezando por *Beast of No Nation* (2015),

que se exhibe simultáneamente en salas de cine. Sin embargo, ya en ese momento se genera un inconveniente, pues la AMC y otras cadenas de salas se oponen a exhibirla con el argumento de la ventaja que supone verla en casa. Finalmente, solo una treintena de salas exhibe *Beast of No Nation* (2015). Aun así, el actor Idris Elba obtiene un premio al mejor segundo rol en los Globos de Oro.

A partir del 2017 se amplía la cobertura con títulos como *1922*, *Our Souls at Night* (con los veteranos Robert Redford y Jane Fonda), *Little Evil* o *The Meyerowitz Stories*, dirigida por Noah Bachman. Del 2018 son *Private Life*, *To All the Boys I've Loved Before*, *The Ballad of Buster Scruggs*, en su versión de largometraje, y *Roma*, de Alfonso Cuarón. El 2019 se apunta varios títulos de gran resonancia, principalmente *The Irishman*, de Martin Scorsese, *Marriage Story*, de Noah Baumbach, y *The two Popes*, del brasileño Fernando Meirelles. Otros títulos que obtienen una buena acogida en el 2019: *El Camino: A Breaking Bad Movie*, la versión en *feature film* de Netflix de la serie original de ABC; *High Flying Bird*, que dirige Steven Soderbergh; *Always Be My Maybe*; *See You Yesterday*, producida por Spike Lee; o *Dolemite Is My Name*, con Eddie Murphy. Además, Netflix ha emitido en exclusividad producciones de compañías cinematográficas independientes como *The Highwaymen*, de John Lee Hancock, con Kevin Costner y Woody Harrelson, y *Triple Frontier*, de JC Chandor, con Ben Affleck y Oscar Isaac, ambas, también, del 2019.

Pese a la política de la empresa, y a la evidente priorización del lanzamiento de sus películas *online*, Netflix no ha podido sustraerse del lanzamiento, casi sin publicidad y en algunos países de manera totalmente silenciosa, *in theaters*, no por una

concesión a la industria, sino por necesidades de posicionamiento y de estrategia frente a los posibles galardones de festivales y concursos. Veámoslo un poco más a continuación.

En el año 2017 se presentó una controversia durante el Festival Internacional de Cine de Cannes. Como viene haciendo desde hace unos pocos años, Netflix presenta algunas de sus producciones en la programación de festivales internacionales y esa vez lo hizo en Cannes con dos títulos (*Okja*, del surcoreano Bong Joon-Ho y *The Meyerowitz Stories*, del norteamericano Noah Baumbach). Ante el pedido de las autoridades festivaleras de que esas películas fuesen estrenadas luego en las grandes pantallas francesas, la negativa de Netflix precipitó la decisión del Festival de Cannes de no acoger ninguna otra película de Netflix que no se aviniera a la exigencia del pase por la cartelera de las salas públicas.

En la edición del 2018 no se presentó una obra cuyo destino “natural” inicial hubiese sido Cannes: la versión recientemente montada de *The other side of the wind*, la legendaria cinta inconclusa que Orson Welles fue rodando accidentalmente en los primeros años setenta y que por más de cuatro décadas no había podido ser concluida. La inversión de Netflix hizo posible que esa película, que parecía condenada a no ser terminada nunca, pudiera finalmente ser vista. Tampoco se presentaron otros largometrajes como *Roma*, del mexicano Cuarón, que ganaría unos meses después el León de Oro del Festival de Venecia o *Hold the Dark*, de Jeremy Saulnier. Sin embargo, hay que decir que Netflix está presente en el vigoroso mercado de filmes que tiene lugar conjuntamente con el Festival de Cannes. Venecia, en cambio, no le pone condiciones a Netflix y ya en la edición del

2015 había incluido *Beasts of No Nation*. En la edición del 2019 de Venecia dos producciones de Netflix participaron en la competencia oficial: *Marriage Story* y *The Laundromat*, de Steven Soderbergh, con Gary Oldman y Meryl Streep, sobre los *Panama Papers*.

Es verdad, con referencia a Cannes y a Francia, que la defensa de la exhibición en salas no deriva solamente del orgullo nacional por haber sido el país en el que nació el cinematógrafo y de la tradición cinéfila asociada al espectáculo público, igualmente considerada como una suerte de patrimonio cultural propio. También están de por medio los ingresos que se obtienen por los boletos vendidos para la financiación de nuevas películas, y que se ven afectados por los desafíos del *streaming*. Y lo que ocurre en Francia se repite en otros países de Europa.

De cualquier manera, se ha presentado un impasse muy relevante que está removiendo lo que por más de cien años fue un supuesto indiscutible en la cadena productiva de las películas: su lanzamiento en salas públicas. Es verdad que Netflix también exhibe en salas comerciales y por un tiempo breve (normalmente, una semana) una porción hasta ahora muy limitada de su cosecha, sobre todo aquellas películas que pueden ingresar en las nominaciones para el Óscar y que requieren estreno obligatorio en cines norteamericanos de al menos siete días. Pero Netflix regatea hasta donde puede la aceptación de ese lanzamiento.

Un título como *The Irishman* (2019), que dirige Martin Scorsese, con Robert De Niro y Al Pacino, y que ha obtenido varias candidaturas en los Óscar del año 2019, no ha sido excluido de las funciones en salas, como tampoco lo fue *Roma* en el 2018.

Otro tanto ha ocurrido con *Historia de un matrimonio* (2019) y *Los dos Papas* (2019), y no solamente en los Estados Unidos, sino en diversos países del mundo, incluyendo América Latina. En Lima se han podido ver esas cuatro películas en pantalla grande. Aun así, lo que puede ser una gran concesión para Netflix, no lo es para el negocio cinematográfico que considera que la puesta en valor de una obra cinematográfica se hace efectiva en el espacio de las salas y no en las pantallas de televisión ni en las otras. Tampoco en la última ceremonia del Óscar, y con diez nominaciones, incluidas la película, Scorsese como director y Al Pacino y Joe Pesci, por segundos roles, *El irlandés* (2019) se ha hecho acreedor de algún galardón. ¿Puede leerse eso como una reticencia a otorgar premios a esa empresa que compite en condiciones ventajosas con la gran industria? El Óscar a Laura Dern por su rol secundario en *Historia de un matrimonio* (2019) no es necesariamente un desmentido. La duda permanece.

Las controversias continúan. Como hemos visto, Netflix aspira al reconocimiento cultural y los premios son una buena plataforma para ello. Cannes le ha cerrado las puertas y se especula que las asociaciones e instituciones norteamericanas no se inclinan a premiar obras de la empresa *online*. Los recientes premios Globo de Oro de la Asociación de Prensa Extranjera de Hollywood y del Sindicato de Productores (PGA) para *1914*, la película de Amblin/Dreamworks, dirigida por Sam Mendes, han sido leídos como una negativa a premiar obras de Netflix por parte de las asociaciones profesionales.

No olvidar que poco después de la ceremonia del Óscar del 2019 se difundió que Steven Spielberg había declarado que las películas producidas para el *streaming*

no pertenecían a la competencia de los Óscar, sino de los Emmy, los reconocimientos de la Academia de las Artes y Ciencias de la Televisión en Estados Unidos. Spielberg aclaró luego que se habían tergiversado sus palabras y que no se oponía a la producción de películas para la web, pero defendiendo la necesidad de que sean vistas asimismo en pantalla grande y que se mantenga la experiencia histórica de que el cine sea exhibido inicialmente en su espacio original. Una coincidencia de Spielberg con la que podríamos llamar la “posición francesa”.

Más adelante, se divulgó que Martin Scorsese, en lo que parecía ser un contraataque a las supuestas declaraciones iniciales de Spielberg, descartaba como no cinematográficas a las producciones de los superhéroes de la Marvel y la DC, aunque aclaró después que lo que había dicho era que le parecían más semejantes a los parques temáticos que al cine y que su intervención quería destacar el copamiento de las salas que los estrenos de esas películas traen consigo y la necesidad de afirmar el cine como un arte.

La pregunta cae por su propio peso: ¿es que el atractivo de ver el cine en sala se está perdiendo? En palabras de Verónica Heredia (2015) que resumen lo que vemos como el estado de las cosas:

La masificación de Internet, la revolución tecnológica, la multiplicación de pantallas en la vida cotidiana de las audiencias (*Smartv*, celulares inteligentes, *tablets*, etcétera) y la aparición y rápida expansión de nuevas plataformas de contenidos audiovisuales como Netflix, Hulu, HBO Go, YouTube o Amazon, han generado en las audiencias nuevas necesidades de consumo de estos contenidos, en las que



los tiempos de las ventanas tradicionales de explotación cinematográfica ya no se ajustan a las expectativas del mercado.” (p. 279)

Entonces, ya no es solo la conquista de la televisión. En el 2018, Netflix anuncia la realización de ochenta y seis películas, cuando Universal producía un promedio de cuareta por año, Sony Pictures una treintena, Warner y Fox, veinte cada uno y Disney solo diez. Es el momento en que se hacen los grandes “jales”: David Fincher, Guillermo del Toro, Damien Chazelle, Paul Greengrass, los hermanos Coen e incluso Martin Scorsese, hasta ese entonces un férreo abanderado de los fueros del cine en la pantalla grande. Es claro que en la decisión de Scorsese de abordar el trabajo para Netflix influyó el hecho de que *Silence* (2017), su filme anterior, hubiese sido un absoluto fracaso comercial y que no obtuviese el respaldo de ninguna compañía para afrontar el presupuesto que requería para *The Irishman* (2019).

El mismo Spielberg ha cedido a la tentación. Está produciendo para Amazon la miniserie *Cortez*, sobre el conquistador de México, con Javier Bardem en el papel protagónico. Amazon, pero también Apple, Hulu, HBO y Facebook intentan seguirle los pasos a Netflix. J. J. Abrams se prodiga en lo que parece ser un buen ejercicio de equilibrio en el competitivo universo del *streaming*, produciendo *Castle Rock* (2018) para Hulu, así como *Lovecraft County* para HBO y *Little Voice* para Apple, estas dos últimas previstas para ser emitidas en el 2020.

Ahora no solo las distribuidoras conocidas, empezando por las *majors*, pugnan por conseguir películas en los festivales y mercados de cine. Por ejemplo, en la edición del 2017 del Festival Sundance, las mayores compradoras fueron Netflix y Amazon,

imponiéndose a las *majors* de Hollywood. (Cousin, 2018, p. 83) Antes eran consideradas competencia de segunda fila en esas lides.

En el 2017 hubo una escaramuza en Hollywood cuando la Weinstein Company anunció que Netflix iba a adquirir los derechos mundiales de distribución de la siguiente película de Quentin Tarantino (que sería *Once upon a time... in Hollywood* (2019)), provocando la reacción de la American Film Market que, finalmente, frustró la operación.

Los largometrajes de Netflix no se limitan a la ficción y ha ido en aumento la producción documental, con frecuencia con temas polémicos, otra arena de confrontación, en este caso con el documental cinematográfico, muy activo en los últimos veinte años en que la tecnología digital ha abaratado costos y facilitado enormemente la logística de este supergénero. El documental de Netflix, *Icarus* (2017), de Brian Fogel, ganó el Oscar de su categoría en la ceremonia del 2018. Al año siguiente lo ganó *Free Solo* (2018), una producción distribuida por la cadena National Geographic, una división de Walt Disney Television, como para poner en evidencia que las cadenas de cable tienen todavía un lugar en la competencia y en la difusión, y no solo del documental.

Otras empresas competidoras han ingresado a la producción de largometrajes. Amazon y HBO, especialmente. YouTube lanza el primero en el 2018, *Vulture Club*, con Susan Sarandon.

Las posibilidades de financiación que ofrecen Netflix y otras empresas *online* están atrayendo a un número cada vez mayor de realizadores y profesionales del cine y eso, evidentemente, no parece jugar a favor de un futuro voyante en el horizonte cinematográfico. Más aún cuando el costo de la suscripción a Netflix *et al.* es tan económico y la oferta potencialmente inabarcable. Pero, no está dicha la última palabra y hay razones que apuntan a pensar que no estamos ni mucho menos ante la lenta agonía del espectáculo cinematográfico.

### **La deslocalización del cine y la televisión**

En una de las escasas revistas impresas especializadas en cine que se mantienen en pie, *Caimán. Cuadernos de Cine*, Ángel Quintana (2020) se ha referido a la “deslocalización” del cine en la última década ante la irrupción de las plataformas informáticas. Esa deslocalización, afirma, no se produjo por el paso de la exhibición analógica a la digital, que ya estaba anunciada, sino por el aumento de canales para la visión individual. El centro del audiovisual ya no está en las salas ni en la televisión... Está en un espacio deslocalizado que genera nuevas formas de consumo y de ver. Afirma Quintana que nos encontramos en pleno territorio del “después del cine”. (p. 45). El paso de la exhibición analógica a la digital no ha significado en sí mismo ningún efecto relevante en lo que se refiere a la recepción de los espectadores. No es comparable en absoluto a lo que fue el paso del cine mudo al sonoro. Si ese paso se hubiese producido exclusivamente en la proyección en salas, pocos lo hubieran notado. Es la “pantallización” la que pone de relieve esa pérdida de la centralidad.

Por cierto, y aunque el texto de Quintana (2020) se concentra en el hecho cinematográfico, sus enunciados alcanzan también a la televisión porque el centro del audiovisual tampoco está hoy en la pantalla de televisión, sino en ese espacio deslocalizado, disperso y fragmentado. El cine perdió su reinado y también lo hizo la televisión, ahora estamos en la etapa de las multipantallas que están formando un nuevo concepto de espectador que dispone de un potencial informativo antes inexistente, y que establece un vínculo activo con la oferta que se dispensa.

### **La desmaterialización**

Además de la descolocalización, la avanzada digital está produciendo el efecto de la desmaterialización del producto. Es verdad que, de hecho y en buena medida, el cine desde sus orígenes hizo ver imágenes fugaces en la tela de un salón sin que nadie pudiese llevárselas a sus casas. La posesión de copias fílmicas, fuera de sus naturales depositarios (las empresas de producción o las cinematecas) fue muy restringida y en todo caso se podían obtener pequeñas series de fotogramas y poco más que eso. Con la televisión el asunto fue más radical, pues la emisión de señales electrónicas era totalmente fugaz hasta la llegada del video que permitió “materializar” en cintas una parte de la programación televisiva, pero solo para usos de las propias empresas. Con el video doméstico se inicia una etapa de compra de cintas con películas y otros contenidos audiovisuales que dura más de veinte años, y que estimula la práctica del coleccionismo, esa que el disco, el libro y la revista habían fomentado, pero que la industria audiovisual (incluyendo a la radio) no podía hacer.

La pulsión posesiva de películas y series se activa aún más con la llegada del DVD, por lo que el coleccionismo trepa a alturas insospechadas. Hemos adelantado que, con la expansión del *streaming*, los videos digitales no están condenados a la extinción, pero sí a una drástica disminución. Por cierto, el coleccionismo continuará, del malo y del bueno, es decir, el de la acumulación indiscriminada y el de la selección bajo criterios de gusto, preferencia o relevancia. De todo habrá, aunque es el coleccionismo “bueno” el que contribuye a la conservación y a la memoria.

En ese panorama lo que se observa ya y se vislumbra con claridad es la desmaterialización creciente de lo que se venía guardando y atesorando. Las películas y las series están cada vez más en el espacio de la web y con eso se evita el gasto de la compra y se libera el espacio de almacenamiento de los discos. Nada muy nuevo, pues lo mismo está ocurriendo en otros órdenes de cosas donde el imperio de lo digital extiende su alcance, aunque no al punto de una desmaterialización completa, ni mucho menos, como es el caso de la música, de los libros y de las publicaciones en general.

### **Cine, televisión y *streaming*: ¿hacia un lenguaje y una estética compartidos?**

Este es uno de los puntos de mayor interés en el debate sobre el estado actual y las relaciones entre estas tres plataformas. Nunca dejó de haber intersecciones entre el cine y la televisión: desde las bases de un lenguaje audiovisual con varios componentes comunes hasta el flujo de largometrajes originalmente fílmicos emitidos en la pantalla chica, telefilmes que hicieron carrera en las grandes salas,

incorporación de recursos expresivos procedentes del cine en la televisión. A eso lo podemos llamar intersecciones tradicionales que no mellaban las diferencias entre uno y otro medio en el terreno de los relatos de ficción.

La expansión de los canales de cable liderados por HBO reducen las diferencias, pues el tratamiento audiovisual se va desmarcando de los estándares habituales. Luego, las pantallas panorámicas en los aparatos de televisión que reemplazan el formato establecido de pequeño rectángulo, contribuyen a disminuir aún más los trazos que marcaban la “identidad” expresiva de ambos medios. Con Netflix en el ruedo se diluyen en un grado mayor esas diferencias. Por lo pronto, antes los telefilmes no se confundían con los largometrajes hechos para el cine, salvo unas pocas excepciones y casi siempre cuando estaba por detrás algún realizador o guionista con estilo propio. Las miniseries de HBO y los canales de cable aportaron modalidades de relato más elaborado y complejo que las series de antaño, reduciendo las fronteras en el terreno de la narración/representación antes más pronunciadas entre el cine y la televisión.

Ahora, con el *streaming* ya no hay diferencias con el cine en el rubro de los largometrajes. *Roma* (2018), *El irlandés* (2019), *Historia de un matrimonio* (2019) o *Los dos Papas* (2019) son películas que ha financiado o cofinanciado Netflix y que igual hubieran podido ser producidas por una empresa de Hollywood. Si asisten a los festivales de cine y compiten por premios de la Academia de Artes y Ciencias Cinematográficas y de otras asociaciones, es porque tienen todo en común con los largometrajes que participan en esos festivales o eventos.

Un significativo dato adicional: Netflix se ha hecho cargo de una sala neoyorquina de vieja tradición de cine de autor, el Paris Theater, de una sola pantalla, con inmejorable ubicación en la mismísima Quinta Avenida y al lado del Hotel Plaza. Las fricciones de Netflix no se limitan a las productoras, sino que alcanzan a las cadenas de exhibidores, a quienes no les conviene, en razón de costos y expectativas de ganancia, limitar los estrenos de Netflix a una semana o poco más. La sala Paris Theater puede ser el punto de partida de una red propia que le permita a la empresa de Hastings y Sarandos encargarse en los Estados Unidos de la circulación en pantalla grande de sus propios filmes a efectos de participación en los Óscar y otros fines, sin depender de las cadenas exhibidoras. Puede ser también el deseo de lograr un espacio alternativo en las grandes salas que lo legitime como empresa que amplía su cobertura más allá del *streaming* y atiende con ello las apetencias de un sector del público que quiere seguir viendo películas de calidad en pantalla grande. Al parecer, el Teatro Egyptian de Los Ángeles sería una segunda histórica sala a punto de ser conquistada por el gigante del *streaming*.

En el caso de las series, el activo más pertinaz en la programación televisiva, el tratamiento audiovisual se aproxima cada vez más en las tres plataformas (cine, televisión, *streaming*) bajo el modelo del lenguaje audiovisual de mayor antigüedad, el del cine, sin dejar de lado las filiaciones mitológicas de viejo cuño que se actualizan de una u otra manera.

Las teleseries son el producto narrativo que ha dado el mayor salto de calidad de los últimos tiempos. Se han transformado en eficientes dispositivos para contar historias, tal como lo fueron en su tiempo el folletín y la novela por entregas. (Capello, 2015, p. 81)

El cine, por su parte, tiende a dilatar el mecanismo narrativo de las series que produce, apelando entre otras cosas a las secuelas, precuelas, *spin of* y *reboots*. No de la misma manera en que lo hacen la televisión de señal abierta o cable, ni tampoco Netflix y los canales de *streaming* cuyo ritmo de programación facilita la extensión y el *binge-watching* (el seguimiento maratónico de las series). Sin embargo, las tendencias de los últimos años están demostrando que la industria cinematográfica quiere responder a los desafíos de la serialización de sus competidores y los héroes de la gran fábrica Marvel están allí, entre otras cosas, para demostrar que el cine no se queda atrás en esa marcha hacia la serialización.

Por otra parte, y fuera de las pautas de la gran producción, se van repitiendo experiencias de muy larga duración como, para hacer referencia a un caso-límite, el de *La flor* (2018), del argentino Mariano Llinás, con casi 14 horas de duración. Y no es una serie hecha para la televisión sino una película hecha para proyectarse en salas de cine. *La flor* es casi un manifiesto en defensa de la libertad para darle a los largometrajes una extensión que las políticas de la exhibición no aceptan. Aquí tenemos una propuesta que cabe perfectamente en los planes de los canales de *streaming* que pueden proporcionarle al cine la discrecionalidad necesaria para que las duraciones promedio entre 90 y 120 minutos no sean más una camisa de fuerza para quienes no quieren aceptarlas. Ya una obra como *The Irishman* (2019), de casi tres horas y media, está dando la pauta de lo que seguramente seguirá promoviendo Netflix y los canales de *streaming* dentro de una muy amplia parrilla de programación, pues hay público para todas las opciones que se puedan ofrecer.



Entre esas opciones, el formato del corto o de breve duración no está fuera de la parrilla de programación de los servicios de *streaming*, y con mayor razón cuando son los celulares y las *tablets* los que se activan en función de contenidos de consumo rápido. Aquí cabe de todo: desde una oferta creativamente valiosa hasta una suerte de *fast food* audiovisual seguramente más voluminoso para las expectativas de quienes escojan los productos de audiovisión al paso.

Necesitamos unas cuantos años más para tener una mirada y una comprensión más justas de lo que hoy en día se advierte, pues es posible que los relatos de ficción (sin considerar la potencial larga duración de las series) se confundan cada vez más y que se llegue a una virtual indiferenciación. No de toda la televisión, solo de los relatos de ficción en cualquiera de sus formatos.

### **La producción latinoamericana en *streaming***

Lo que ha venido haciendo Netflix en los últimos años es incorporar a su vasta cartera de títulos una proporción creciente de obras procedentes de los países de América Latina hasta ahora sin el requisito de su no exhibición en salas. Es decir, se trata de películas que, de la misma forma que muchísimas de las que se ofrecen en *streaming*, han tenido carrera comercial en las salas públicas. Pero hay series habladas en castellano y con actores latinos que son exclusividad de Netflix porque ha participado en la producción: *Club de cuervos* (2015), *Ingobernable* (2017), *La casa de las flores* (2018), sin contar uno de los mayores éxitos mundiales, *Narcos* (2015), todos de coproducción mexicana. Además de esas series, hay otras de la distribución de Netflix que se ambientan en ámbitos latinoamericanos. Veámoslo

en la producción del año 2019: *Siempre bruja* (Colombia), *Monarca* (México), *Frontera verde* (Colombia), *Apache: La vida de Carlos Tevez* (Argentina), *O escolhido* (*El elegido*, Brasil), *Sintonía* (Brasil), *Go. Vive a tu manera* (Argentina), *Historia de un crimen: Colosio* (México), *Historia de un crimen: Colmenares* (Colombia/México), *El club* (México). La coproducción anglo norteamericana *Nuestro planeta* (2019) incluye un segmento en Paracas.

Como se puede ver, son cuatro los países en los que se han concentrado las series distribuidas por Netflix, México, en primer lugar, Colombia, Argentina y Brasil. De tener su oficina regional en Sao Paulo, en febrero del 2020 Netflix anuncia su traslado a Ciudad de México, aunque la de Sao Paulo continuará como una filial de la empresa. Está en marcha una ampliación que incluye al Perú. Hace un año se anunció la producción *Sicarios*, la serie, ambientada en el puerto del Callao. Por último, una visita a Lima del mismísimo Reed Hastings ha sellado un acuerdo con la empresa Tondero para la realización de una comedia romántica, sin descartar que puedan establecer vínculos con otras empresas, tal como viene de hacer Hastings en sus visitas previas a Brasil y Argentina. Aparte, se ha realizado un largometraje dirigido por la peruana Claudia Llosa en Chile, *Distancia de rescate* (2019).

En España, Netflix ha producido la película *7 años* (2016) para ser lanzada en *streaming*. La empresa de telecomunicaciones española Movistar, la primera en la lengua de Cervantes que ha iniciado la difusión de materiales vía *streaming*, anuncia el inicio de sus propias producciones, entre ellas, *Un día eres joven* (2019), realizada en el Perú y dirigida por Joanna Lombardi y Bruno Ascenzo.

Por otra parte, en nuestra región han aparecido canales de *streaming* sin producción original y concentrados en la difusión de películas latinoamericanas, especialmente contemporáneas, sin dejar de incluir algunos títulos clásicos. La que ofrece una mayor amplitud en la programación es Retina Latina, una plataforma formada por los organismos oficiales de cine en Colombia, Ecuador, Bolivia, Perú, Uruguay y México. Otras plataformas son Filmin Latino, que difunde sobre todo cine mexicano; Cine.Ar, que hace lo propio con el cine argentino, y Onda Media, con el chileno.

Es muy probable que las series de animación en castellano y en función de ese inmenso mercado infantil estén entre las primeras que Netflix elabore en ese género. Por lo demás, no se cuenta con información acerca de otros planes para la producción de largometrajes de producción latinoamericana para la difusión vía *streaming*. Por cierto, aparte de lo que puedan hacer Netflix y otras empresas, no se puede descartar que surjan en América Latina empresas que se dediquen a la producción propia para el lanzamiento digital en las pantallas caseras y las individuales, o que los grandes complejos mediáticos tipo Televisa, Globo, Clarín o Caracol se aboquen a ese cometido. De hecho, Globo ya anunció su canal de *streaming*, Globo Play, por ahora como un servicio bajo demanda. En poco tiempo vamos a ver, seguramente, que eso se va a repetir en los otros complejos y se puede ampliar a la producción propia, lo que con seguridad va a seguir alterando el paisaje audiovisual.

## **CAPÍTULO 4: METODOLOGÍA**

### **4.1. DISEÑO METODOLÓGICO**

Después de haber abordado en el marco teórico la génesis del canal Netflix y su ubicación en el espacio de los grandes medios audiovisuales, procedemos al abordaje de un caso puntual como es la película mexicana *Roma* (2018). Para ello no nos limitamos a una sola fuente metodológica, sino que recurrimos a diversos autores que aportan a la comprensión del análisis y de la interpretación del filme.

#### **4.1.1. Metodología cualitativa y diseño muestral**

Nuestra investigación es un trabajo de carácter cualitativo que analiza el modelo de transmisión informática que ha instalado Netflix, así como sus modos de producción y distribución. Asimismo, se analiza el proceso de producción, la obra audiovisual como tal y la recepción que ha tenido la película *Roma* de Alfonso Cuarón, que consideramos un título fundacional con relación al ingreso de Netflix en la producción latinoamericana.

#### 4.1.2. Fuentes metodológicas

Empiezo por la conceptualización que han desarrollado los profesores norteamericanos David Bordwell y Kristin Thompson (1995) en varios libros ya canónicos de teoría y análisis cinematográfico, como son *El arte cinematográfico*, *El significado del film* (1995), *La narración en el cine de ficción* (1996) y *El cine clásico de Hollywood* (1997). También los libros *Teorías del cine* y *Como analizar un film* de Francesco Casetti (el segundo en coautoría de Federico Di Chio (1991, 1994), *El relato cinematográfico*, de André Gaudreault y Francois Jost (1995), *Narrativa audiovisual*, de Jesús García Jiménez (1996), *El discurso cinematográfico*, de Ismail Xavier, *Nuevos conceptos de la teoría del cine*, de Robert Stam, Robert Burgoyne y Sandy Flitterman-Lewis (1999). Siguen los libros *Análisis del film*, de Jacques Aumont y Michel Marie (1990), y *Estética del cine*, de Aumont, Marie, Alain Bergala y Marc Vernet (1985). A continuación, los libros del semiólogo francés Christian Metz (1971, 1972, 2001) fundamental en la teoría moderna del cine: *Lenguaje y cine*, *Ensayos sobre la significación en el cine* y *El significante imaginario. Psicoanálisis y cine*.

Después, *Narrativa audiovisual*, de Jesús García Jiménez (1993), *Semiótica del texto fílmico*, de Desiderio Blanco (2003), *El análisis del texto fílmico*, de Francisco Gómez Tarín (2006), *El discurso cinematográfico*, de Ismail Xavier (2008). Más cerca de la perspectiva de los estudios culturales están los aportes de Robert Stam y otros. De Stam (2001) revisamos principalmente su libro *Teorías del Cine. Una introducción*.

En *El arte cinematográfico*, Bordwell y Thompson (1995) ubican el análisis cinematográfico a partir de la consideración siguiente: sin el conocimiento de la forma fílmica no es posible intentar un acercamiento al contenido de los films que quiera ser riguroso. Es decir, el análisis tiene que sustentarse en los procedimientos expresivos que el cine ha desarrollado a lo largo de su historia: planos, encuadre, movimientos de cámara, montaje y sonido. Asimismo, consideran fundamental la relevancia del análisis del estilo. La interacción de los componentes formales o el modo en que se articulan generan el estilo, que puede ser común a una época, a una productora o a un género determinado. Pero hay también estilos individuales, incluso al interior de los géneros.

Bordwell y Thompson (1995) no reducen el estilo a un asunto de superficie, sino que consideran que el estilo crea significado, para lo cual no existe ningún diccionario que precise reglas precisas para producir significados. Es en las obras en que los significados van surgiendo.

En *La narración en el cine de ficción* un tratado escrito en solitario por David Bordwell (1996), el autor se concentra en el examen de la narración fílmica, incorporando las nociones de argumento, espacio y tiempo y asimilando los conceptos de la forma fílmica y el estilo desarrollados en *El arte cinematográfico*. Este volumen incluye una parte, la más amplia, acerca de los modos históricos de la narración en el cine, que incluye lo que denomina la narración clásica, partiendo del modelo de Hollywood; la narración de arte y ensayo, lo que comúnmente se conoce como el cine de autor; la narración histórica-materialista soviética; y la narración paramétrica.

El tercer libro que toca directamente nuestro trabajo tiene igualmente de autor único a Bordwell (1995) y se titula *El significado del film. Inferencia y retórica en la interpretación cinematográfica*. Una de las nociones básicas es la de los campos semánticos, que son en sus palabras las estructuras de significado de una obra cinematográfica. Bordwell (1995) defiende la necesidad de establecer cierto número de abstracciones contrapuestas (bien y mal, noche y día, fuerza y debilidad, opresión y resistencia, por ejemplo) para efectos de la interpretación. La noción de campo semántico no es un invento de la teoría del cine, sino que proviene del análisis literario y de la hermenéutica de textos filosóficos y otros. Pero se presta ampliamente para ser aplicado a la narración audiovisual que, con las diferencias del caso, tiene puntos en común con la narración literaria. En ambos casos estamos ante representaciones de hechos vividos por personajes en uno u otro contexto y dentro de una dinámica temporal.

En *El significado del film. Inferencia y retórica en la interpretación cinematográfica* Bordwell (1995) estudia asimismo algunos esquemas de interpretación y defiende el criterio de la ordenación para el establecimiento de los campos semánticos, que se pueden poner de manifiesto en determinadas escenas o segmentos de un filme, pero también en los personajes, decorados, accesorios, diálogos, etcétera. Para este autor “interpretar una película es adscribirle significados sintomáticos o implícitos... a partir de su estructura interna (conjuntos, oposiciones, series proporcionales, series graduales o jerarquías)” (p. 275), siempre y cuando no se descuiden los roles que desempeñan la forma y el estilo. El autor cuestiona que muchos estudios fílmicos de carácter académico le prestan casi nula atención a la forma y al estilo.

Al respecto, podría señalar varias aproximaciones académicas colectivas propiciadas por la Pontificia Universidad Católica del Perú y, sobre todo, por la Universidad del Pacífico que, con la mejor intención y sin ser desdeñables en sus señalamientos y conclusiones, prescinden de la presencia que en los textos fílmicos tienen los componentes estrictamente cinematográficos, con una que otra escasa excepción. Señalo algunos ejemplos relevantes: *La pantalla detrás del mundo. Las ficciones fundamentales de Hollywood*, editado por Juan Carlos Ubilluz (2012); *El derecho va al cine: Intersecciones entre la visión artística y la visión jurídica de los problemas sociales*, editado por Cecilia O'Neill de la Fuente; *La política va al cine*, editado por Manuel Alcántara y Santiago Mariani; *El Perú desde el cine. Plano Contraplano*, con edición a cargo de Liuba Kogan, Guadalupe Pérez Recalde y Julio Villa Palomino; y *La justicia en la pantalla. Un reflejo de jueces y tribunales en cine y televisión*, editado por Luis Pásara.

Finalmente, *El cine clásico de Hollywood. Estilo cinematográfico y modo de producción hasta 1960*, coescrito por Bordwell y Thompson junto con Janet Staiger (1997), es un impresionante tratado sobre lo que los autores conceptúan como el modelo narrativo-industrial dominante en el cine norteamericano desde los años 20 hasta 1960, aproximadamente. Al menos es la fecha tentativa que señalan en el libro. En lo personal, es mi aspiración poder hacer un estudio similar aplicado al cine realizado en México y Argentina entre los años treinta y sesenta, tema sobre el cual he escrito una primera parte en un libro titulado *Más allá de las lágrimas. Espacios habitables en el cine clásico de México y Argentina* (2019).



De *El cine clásico de Hollywood* quiero rescatar para nuestro trabajo la noción de parámetros contextuales que los autores agregan a aquellos que se concentran casi de manera exclusiva en el análisis del film como tal, sin las conexiones intertextuales o transtextuales. En los parámetros expresivos mencionan las condiciones de producción del filme, la situación político-económica-social del momento en que se realizó, el género, estilemas autorales, el movimiento cinematográfico y la recepción del filme, entre otros. (Bordwell *et al.*, 1997, p. 98). Todos ellos muy útiles para ampliar el alcance del análisis.

Dos libros de Francesco Casetti constituyen, igualmente, un sólido material metodológico que sustenta en parte nuestra investigación. Ellos son *Teorías del cine* (1994) y *Cómo analizar un film* (1991), este último escrito con Federico Di Chio.

En *Teorías del Cine* se cubre el periodo 1945-1990, el más productivo de todos los tiempos en lo que toca a la formulación de propuestas teóricas y metodológicas. Nunca como en esos años, y especialmente la veintena que va de 1970 a 1990, se había avanzado tanto en la elaboración de teoría y métodos de análisis, Eso no ha ocurrido ni mucho menos en los años del nuevo siglo, donde las propuestas teóricas reproducen más o menos las que vienen de las décadas anteriores o apuntan a segmentar el análisis, por ejemplo, las teorías feministas.

En el libro *Teorías del cine* se hace una revisión de los paradigmas conceptuales predominantes en ese periodo de 45 años, estableciendo un orden de aparición o de prominencia. Por ejemplo, aquellos que privilegian las conexiones entre cine y realidad y quienes lo hacen entre el cine y lo imaginario, sea en la tradición del

legado surrealista o en otras. Están también en el contenido del libro la psicología del cine, la sociología del cine, el psicoanálisis del cine y la semiótica del cine, entre otras, incluyendo la teoría feminista y el enfoque de género, que no es un descubrimiento de estos últimos años, sino que ya venía siendo debatido desde los años sesenta del siglo XX. Las representaciones patriarcales y las visiones de la mujer en las películas de distintos países y épocas eran ya materia de exploración.

Por cierto, Casetti (1994) enfatiza la relación del cine con el lenguaje y la dimensión textual de las películas: los mecanismos de la enunciación, las dinámicas de la narración, los modelos generativos y la pragmática de la dimensión social del cine. El libro concluye con la afirmación siguiente:

La teoría no puede ofrecer respuestas unívocas, lineales, definitivas: su única posibilidad es ofrecer *redes de investigación* que persigan y abarquen el objeto investigado. La teoría es entonces un saber fragmentado y disperso. Un saber sobre el *cine* y al mismo tiempo *más allá* del cine. (p. 347)

Quiero destacar las últimas dos líneas de la cita pues, en efecto, las películas no se agotan en sí mismas y establecen múltiples conexiones con el mundo circundante. No es que se traslade lo “real” a la pantalla de manera directa, pues siempre hay una mediación, más o menos compleja, pero lo “real” también está en las películas y en las pantallas de una u otra manera, y tanto la teoría como las metodologías que se desprenden de ellas no pueden excluir los vínculos que se establecen entre el cine y la “realidad”.

En el volumen *Cómo analizar un film* se ofrecen líneas de aproximación metodológica que han sido de enorme provecho en nuestro trabajo. Veamos. En primer lugar, y mencionando la presencia del analista, Casetti y Di Chio (1991) sostienen que “sobre el analista pesa la presencia de una hipótesis explorativa, es decir, la existencia de una especie de prefiguración de aquello que será, o mejor podría ser, el resultado del reconocimiento”. (p. 25).

La parte más enjundiosa del libro se concentra en el capítulo “Los procedimientos del análisis” (pp. 33-62), “una especie de recorrido que a través de una descomposición y una recomposición del film conduce al descubrimiento de sus principios de construcción y funcionamiento”. (p. 33) La descomposición pasa por la segmentación y la estratificación, mientras que la recomposición pasa por establecer un complejo unitario y modelizar sus principios de construcción y funcionamiento. Justamente, para efectos de la modelización optamos en nuestro trabajo por el modelo de los campos semánticos que conceptúa Bordwell (1995) en *El significado del film. Inferencia y retórica en la interpretación cinematográfica*.

Para la descomposición, Casetti y Di Chio (1991) sostienen que: “

lo más natural y probablemente lo más adecuado es comenzar a subdividir el film en grandes unidades de contenido, en bloques amplios y cerrados sobre sí mismos... de modo que se obtienen fragmentos de distinta amplitud y complejidad: los episodios, las secuencias, los encuadres y las imágenes. (p. 38)

Como veremos luego, escojo las unidades secuenciales. haciendo un distingo y a la vez incorporando a las escenas como parte de las unidades secuenciales. No

creo que sea pertinente en el caso de *Roma* hacer una división de unidades episódicas, que en otros casos están más claramente expuestas o son susceptibles de servir como criterio de segmentación. El análisis que voy a efectuar, por otra parte, no llega al nivel de pormenorización de los encuadres y menos de las imágenes, pues eso supondría un trabajo voluminoso que, en todo caso, tendría que reducirse a una parcela o fragmento. Por eso es que encuentro de mayor utilidad para los fines de este estudio hacer una separación por secuencias.

Para el reagrupamiento *Cómo analizar un film* señala que se trata aquí de llegar al sistema comprensivo, a la estructura total a través de una operación de síntesis, procediendo por equivalencia o por homología. “En resumen, se cancela y se abstrae, se elimina y se amplía, para llegar de todas formas a una imagen restringida del texto” (Casetti y Di Chio, 1991, p. 51).

Con respecto a la modelización:

un modelo es un esquema que, proporcionando una visión concentrada del objeto analizado, permite al mismo tiempo el descubrimiento de sus líneas de fuerza y de sus sistemas recurrentes... en una palabra, el modelo es un dispositivo que permite descubrir la inteligibilidad del fenómeno investigado. (Casetti y Di Chio, 1991, p. 52)

Casetti y Di Chio (1991) no mencionan el concepto de campo semántico, pero no es en absoluto forzado decir que el campo semántico, tal como lo propone Bordwell (1995), corresponde al esquema de modelo teorizado por los autores de *Cómo analizar un film*.

En *El relato cinematográfico*, André Gaudreault y Francois Jost (1995) se ubican en la perspectiva narratológica del lingüista Gerard Genette, y aportan a nuestra investigación en dos líneas principales. Una de ellas en relación con el espacio representado y el espacio no mostrado o sugerido (el fuera de campo), así como la noción de alteridad espacial: la contigüidad y la disyunción, el espacio cercano y el lejano. La otra línea está en el concepto de punto de vista o de focalización, tal como lo denomina Genette (1989) y que está referido tanto a la posición del narrador o enunciador como la del espectador.

Genette establece una tripartición que Gaudreault y Jost (1995) reproducen:

- Relato no focalizado o de focalización cero, cuando el narrador es omnisciente, es decir, sabe más que los personajes.
- Relato en focalización interna fija: cuando el relato da a conocer los acontecimientos como si estuviesen filtrados por la conciencia de un solo personaje.
- Focalización interna variable: cuando el personaje focal cambia a lo largo del relato.
- Focalización interna múltiple: cuando el mismo acontecimiento se evoca según el punto de vista de diversos personajes. Agregó como ejemplo el relato de *Rashomon*, tanto en la novela de Ryunosuke Akutagawa como en la película de Akira Kurosawa.
- Relato en focalización externa: cuando no se permite que el lector o espectador conozca los pensamientos o los sentimientos del personaje. (p. 139).

Gaudreault y Jost (1995) precisan que, si bien el esquema de Genette (1989) se sitúa en el orden de la relación de saber entre el narrador y los personajes, el mismo Genette considera el factor visual (que es lo que se ve), que es el que nos interesa de manera especial. El tema del punto de vista y la focalización también está tratado en *Cómo analizar un film* (Casetti y Chio, 1991) en términos parecidos, y para no abundar en él en esta parte metodológica, incorporamos las referencias a lo dicho en este libro en la parte correspondiente del análisis de *Roma*.

Hay otros dos libros que forman parte del soporte metodológico del análisis de la película *Roma*. Ellos son *Análisis del film*, escrito por Jacques Aumont y Michel Marie (1990) y *Estética del cine. Espacio fílmico, montaje, narración, lenguaje*. de los mismos autores a los que se agregan otros dos, Alain Bergala y Marc Vernet (1985).

Si invertimos el orden, y empezamos por el primero, en *Estética del cine* se estudia el cine como representación visual y sonora, los conceptos de relato, narración y diégesis, y el montaje, entre otros temas pertinentes. Allí se sostiene que el relato fílmico es un enunciado que se presenta como un discurso, pues implica un enunciador (o un foco de enunciación) y un lector-espectador. El filme exige una “gramática” a fin de que el espectador pueda comprender el orden del relato y el orden de la historia. En el relato intervienen factores como el estilo del director, las leyes del género, la época histórica en que se produce, los efectos narrativos que se quiere conseguir (sorpresa, suspenso, calma temporal, etcétera) y de manera muy importante la elaboración de los planos, el encadenamiento de las secuencias,

las relaciones entre la imagen y el sonido, el ritmo y el montaje. (Aumont *et al.*, 1985, p. 107)

A propósito de lo que se señala en el libro, considero que más pertinente que la mención a una gramática, por entrecomillada que esté, es el concepto de lenguaje, pues la gramática tiene una invariable connotación lingüística, mientras que la noción de lenguaje tiene aplicaciones más variadas: entre otros, el lenguaje musical, el lenguaje plástico, el lenguaje arquitectónico, el lenguaje de la historieta y, ciertamente, el audiovisual.

En *Análisis del film* (Aumont y Marie, 1990) se alude a la diversidad de métodos analíticos, entre ellos el análisis psicoanalítico, basado principalmente en los conceptos de Jacques Lacan (1971). Pero se privilegia la perspectiva del análisis del filme como relato considerando las fuentes proporcionadas por Vladimir Propp y el análisis del cuento maravilloso, Greimas (1987) y el análisis semántico de los relatos y el concepto de focalización de Gérard Genette (1989).

Aumont y Marie (1990) destacan la relevancia de la imagen y del sonido en el análisis cinematográfico y lo aplican en diversas películas a modo de ejemplificación del método, lo que no encontramos en otros libros que nos han servido de base, a excepción de los de David Bordwell (en uno de los casos en coautoría con Kristin Thompson). Así, Aumont y Marie (1990) analizan el encuadre y el punto de vista en *El hombre de la cámara*, de Dziga Vertov, el espacio narrativo en *La regla del juego*, de Jean Renoir, la plástica y la retórica de la imagen en *Nosferatu, el vampiro*, de F.W. Murnau, entre otros.

Christian Metz (1973) es un autor capital en la elaboración de la teoría del cine como lenguaje audiovisual desde la perspectiva estructuralista, pero no logró articular una propuesta de análisis, pues se situó de manera preferente en el campo de la conceptualización teórica. El mayor aporte de Metz para el trabajo analítico está en el establecimiento de lo que llamó la gran sintagmática del film narrativo en su libro principal, *Cine y Lenguaje* que subdivide de la siguiente manera:

1. Encuadre autónomo. a) inserto; b) Plano secuencia
2. Segmentos autónomos o sintagmas:
  - Acronológicos: Sintagma paralelo y sintagma serial
  - Cronológicos: Sintagma descriptivo y Sintagmas narrativos (Alternados y lineales)
  - Los sintagmas lineales se dividen en escena y secuencias. Las secuencias, a su vez, pueden ser ordinarias o por episodios. (p. 71)

Aplicaremos en nuestro análisis y en lo que corresponde el modelo de la gran sintagmática propuesto por Metz (1973).

Otro libro que nos sirve como referencia directa es *Narrativa audiovisual*, de Jesús García Jiménez (1996) que ofrece una explicación de la construcción del personaje dramático y de la relación entre el personaje construido y el actor que lo interpreta vista, ciertamente, en el espacio de la ficción o de la diégesis. Asimismo, la utilidad del libro a efectos de nuestro trabajo está en el tema 11: El espacio en el relato audiovisual, donde establece una serie de oposiciones: espacios interiores/exteriores, naturales/artificiales, urbanos/rurales, abiertos/ cerrados, vacíos/lLENOS,



locales/nacionales, contiguos/lejanos, personales/públicos, domésticos/laborales, diurnos/nocturnos, realistas/fantásticos, libres/opresivos, entre otras oposiciones significativas generalmente presentes en los relatos.

Incluyo en los referentes teóricos a un autor peruano que es Desiderio Blanco (2003), mi maestro, y su libro *Semiótica del texto fílmico*. En este libro, Blanco establece en una primera parte la constitución del texto fílmico: el nivel icónico, el nivel plástico, el nivel iconográfico, los códigos del sonido, la sintagmática del texto fílmico y la tensividad del texto, concepto este último al que Blanco le dedicó mucho de su tiempo en sus últimos años de producción intelectual. En la segunda parte se aboca al análisis de varias películas muy significativas en la historia del cine. En el orden que las analiza: *El año pasado en Marienbad* (1961), de Alain Resnais, *Vértigo* (1958), de Alfred Hitchcock, *Nazarín* (1959), de Luis Buñuel, *Muerte en Venecia* (1971), de Luchino Visconti, *Tiempos violentos* (1994), de Quentin Tarantino, *El piano* (1993), de Jane Campion, y *El ciudadano Kane* (1941), de Orson Welles.

De especial atención son los conceptos de discurso *pasional*, fascinación por la apariencia y figuras de lo visible, entre otros, originados por los semiólogos Jacques Fontanille (2001) y Claude Zilberberg (2016), exponentes de la semiótica tensiva que en estos tiempos ha alcanzado una presencia mayor en el ámbito académico. En nuestro medio, la Universidad de Lima ha publicado traducciones de libros de Fontanille y Zilberberg antes inéditas en español.

El libro de Francisco Gómez Tarín, *El análisis del texto fílmico* (2006) hace una revisión bastante amplia sin aportar de manera considerable a las propuestas de análisis que renueven significativamente las ya conocidas. El libro de Gómez Tarín (1996) estudia el concepto de análisis fílmico, los de autoría e interpretación, los métodos de análisis, la enunciación y la narración, la historia y el relato y hace una propuesta de modelo de análisis.

El libro tiene la virtud de servir como una actualización de las fuentes bibliográficas y de los contenidos conceptuales y metodológicos tratados por los autores que hemos mencionado previamente, con la excepción de García Jiménez (1996), pues se sitúa en esas mismas coordenadas teóricas, que son las que han primado y siguen primando en el análisis cinematográfico académico. Están los del tronco norteamericano (Bordwell, Steiger y Thompson, 1996), los del tronco italiano (Casetti y Di Chio, 1991, 1994) y los más numerosos de lengua francesa, que incluyen a un canadiense de Quebec, Gaudreault y Jost (1995) , además de los franceses Aumont, Bergala, Jost, Marie y Vernet (1985), a los que habría que sumar de manera prominente a Genette, aun cuando no lo hayamos estudiado en forma directa en este trabajo.

Del libro de Gómez Tarín (2006) quiero destacar su propuesta de modelo de análisis, muy útil y valiosa, pero al mismo tiempo extremadamente detallada y precisa pues plantea un análisis minucioso plano por plano, lo que lleva a una elaboración de cientos de páginas, en el mejor de los casos. En mi opinión, ese tipo de análisis, científicos *in extremis*, por un lado, demandan excesivo tiempo y, por otro, terminan siendo poco fructuosos debido a la excesiva pormenorización. En tal

sentido, encuentro más útil el concepto de microanálisis que maneja el profesor vasco Santos Zunzunegui (1996) en *La mirada cercana. Microanálisis fílmico*, concentrado en el análisis de las secuencias introductorias o en otras especialmente relevantes (como sería, por ejemplo, la del crimen de la ducha en *Psicosis* (1960), de Hitchcock) y que el autor ha ido desarrollando en varios libros posteriores.

Por cierto, no vamos a aplicar aquí el microanálisis, pero lo menciono como una opción, como tampoco aplicaremos el análisis detallado que propone Gómez Tarín (2006) Nuestro intento es el de hacer un análisis, digamos, intermedio, que personalmente considero suficiente, para no recaer en un cientificismo purista y extremo.

El último trabajo sistemático publicado en nuestra lengua es *El discurso cinematográfico, La opacidad y la transparencia*, del brasileño Ismail Xavier (2008). En este volumen, y después de hacer un repaso crítico y con observaciones muy agudas de la evolución de las teorías del cine, pone la mirada en el periodo 1980-2005 para situar allí algunos aportes de ese lapso como el análisis del efecto-pantalla elaborado por Jean-Louis Baudry (1975), dentro del concepto del cine como un dispositivo, y que apunta sobre todo al espectador, más que al filme propiamente dicho. En una dirección parecida están los aportes del semiólogo Christian Metz, que en lo que toca al dispositivo en la dimensión del efecto-pantalla, se concretan en un libro imprescindible, *El significante imaginario. Psicoanálisis y Cine* (2001). Xavier también evalúa los trabajos de Roger Odin (1990), el principal representante de la semiopragmática del cine, sobre el lugar del espectador y hace

notar el peso de las conceptualizaciones feministas y de la *queer theory* en el estudio del “lugar del espectador”.

Ismail Xavier (2008) incorpora la importancia que los *cultural studies* han ido alcanzando en tiempos recientes, por la vía de los autores anglosajones, a partir de especialistas británicos como Raymond Williams, E. P. Thompson y Richard Hoggart. Afirma Xavier:

Los ‘estudios culturales’, como proyecto de naturaleza interdisciplinaria, tienden a profundizar un alejamiento respecto de la matriz teórica francesa y a ajustar los estudios de género (en las dos acepciones del término) a una perspectiva más socioantropológica preocupada por contextualizar las experiencias, denunciar el lado abstracto de este Universal contenido en la noción de espectador proveniente de Baudry, acentuando cuestiones más incisivas ligadas a características de identidad sexual, étnica, nacional y de clase de los espectadores.” (p. 247)

En la línea de los estudios culturales, sobresalen las aproximaciones del norteamericano Robert Stam, vertidas en sus libros *Teorías del Cine. Una introducción* (2001), *Multiculturalismo, cine y medios de comunicación. Crítica del pensamiento eurocéntrico* (2002, coescrito con Ella Shohat) y *Nuevos conceptos en la teoría del cine. Estructuralismo, semiótica, narratología, psicoanálisis, intertextualidad* (1999, coescrito con Robert Burgoyne y Sandy Flitterman-Lewis).

En *Teorías del cine*, Stam (2001) pone de relieve el crecimiento de la perspectiva de los estudios culturales, la mutación posestructuralista, la semiótica revisada, la política de la posmodernidad, la pluralización de la teoría cinematográfica e,

incluso, el post-cine: la teoría digital y los nuevos medios que, sin pretenderlo, nos permite establecer un puente con el nuevo medio digital que da origen a esta investigación y que es el canal Netflix.

Las metodologías de análisis todavía no han incorporado los efectos que en el campo del signifiante y el significado fílmicos aporta la tecnología digital y ese es un desafío que se plantea de cara al futuro y que, evidentemente, puede enriquecer la teoría y los métodos de aproximación al espacio del cine y del audiovisual.

No ha habido en los últimos años una revisión analítica que ponga en debate el aporte conjunto de los autores que a estas alturas podemos considerar fundadores por las plataformas teóricas y metodológicas que instalaron, y que están en esos tres troncos que aludíamos antes, siguiendo la estela dejada por teóricos como Roland Barthes (2011), Greimas (1987), Todorov (2017), Julia Kristeva (1984) y otros, bien sea para continuar en esa misma dirección como observamos en los franceses e italianos, o para darle un giro menos estructuralista, como en los norteamericanos del grupo de David Bordwell.

Aun así, los desarrollos posteriores de los *Cultural Studies*, y con toda la distancia que puedan haber tomado de la “ortodoxia” semiótica y estructuralista, y sin proponer alternativamente métodos rigurosos, han incorporado los conceptos de intertextualidad y transtextualidad, que no son de reciente data, pero sí de una mayor relevancia conceptual en los años recientes y que tienen su origen en las teorías de base semiótica de los años sesenta y setenta. El término transtextualidad se le atribuye a Gerard Genette (1989), entendido como todo lo que pone al texto

en relación secreta o manifiesta con otros textos. La intertextualidad, un término atribuido originalmente a Julia Kristeva (1984), es el concepto que alude a la relación que se establece entre dos textos. Los conceptos de intertextualidad, transtextualidad y microanálisis son, sin duda, muy provechosos para el trabajo de investigación, pero en la presente investigación nos ceñimos en mayor medida a los métodos de análisis más estructurados.

#### **4.1.3. Aspectos éticos**

La temática abordada en esta investigación confronta diversas aristas éticas que vamos a tratar de resumir en las de mayor prominencia.

- Una de ellas está asociada al poder que han alcanzado de manera muy rápida las nuevas tecnologías digitales y su rápida conversión en plataformas casi monopólicas a nivel transnacional. Una de las modalidades más visibles de la globalización está en esas plataformas que en poco tiempo han alcanzado una difusión planetaria. Facebook, YouTube, Amazon y, ciertamente, Netflix, entre varias otras, pero no muchas. Estamos aquí ante una problemática ética que confronta prácticas monopólicas (o casi monopólicas) y por tanto exclusiones y discriminaciones, y situaciones de poder desmedido en el manejo de los contenidos.
- La otra se asocia directamente a la película que es materia de nuestro análisis y se instala, más que en una ética del comportamiento empresarial y comunicativo, en una ética axiológica propia de las representaciones narrativas. En este caso,

la valoración de la mujer, de la familia, de los cambios sociales y, si se quiere, también en los cambios de modelos narrativos.

Por cierto, Jürgen Habermas (1999) es un referente obligado en este asunto. Lo que Habermas denomina la “racionalidad cognitivo-instrumental” corresponde a las prácticas de creación y desarrollo tecnológico, así como a la aplicación de esas prácticas en los modelos de comunicación que han instalado las plataformas dominantes en el universo de la Internet. Su concepto de “acción comunicativa” recupera las fuentes axiológicas de una práctica que contempla la socialización en un sentido mucho más integral, que aquellas en las que la eficiencia regula los objetivos a los que se quiere llegar.

En lo que toca de manera más puntual a la película *Roma*, Gerard Imbert (2019) señala aspectos muy significativos que están implícitos en la propuesta expresiva de la película *Roma*. Uno de ellos:

La identidad como objeto de la búsqueda del sujeto y al mismo tiempo fuente de preocupación y generadora de dudas e interrogantes, y más en estos momentos históricos de crisis colectiva, de ruptura con los modelos heredados de la modernidad en muchos aspectos de la vida cotidiana”. (p. 18)

En efecto, *Roma* se sitúa históricamente en una etapa de cambios sociales notorios en México y en América Latina: debilitamiento de los vínculos matrimoniales y familiares, mayor independencia de la mujer y redefinición de sus roles sociales, cuestionamiento del orden social y económico tradicionales... Todo lo cual plantea diversas interrogantes que la película no responde o

resuelve, pues no está planteada como una película de tesis. Lo que hace *Roma* es poner en cuadro una época (inicios de los años setenta) en un barrio acomodado de México, en un espacio preciso y con personajes caracterizados (sumariamente) en su dimensión individual y social. Por cierto, la película puede ser analizada incorporando los parámetros contextuales mencionados en el libro *El cine clásico de Hollywood* (Bordwell *et al.*, 1997) pero no lo vamos a hacer aquí porque requiere una labor muy fina de interpretación sociosemiótica.

En tal sentido, lo que hace *Roma* es provocar una reflexión en torno a esos motivos cambiantes. No es una película que deje indiferente al espectador, sino que lo confronta con sus creencias y sus posiciones frente a la vida y al medio que lo rodea.



## CAPÍTULO 5: ANÁLISIS DE LA PELÍCULA *ROMA*

### 5.1. Análisis de la película *Roma*

#### 5.1.1. Primera parte

Se incluyen los antecedentes y las características de la producción, así como el perfil de los personajes y el marco espacio-temporal de la historia.

##### 5.1.1.1. Antecedentes

El largometraje *Roma* (2018) ha sido el primero producido por Netflix en lengua española. Antes, la compañía había producido series en español como hemos señalado, pero no había abordado un largometraje en esta lengua a la manera de los que se hacen para el cine. Para llevar a cabo este proyecto se eligió a un director mexicano prácticamente incorporado a la industria cinematográfica de Hollywood en la que ha demostrado versatilidad y dominio de la realización. Alfonso Cuarón obtuvo el Óscar al mejor director por *Gravity* (2013), con Sandra Bullock y George Clooney, después de haber realizado dos títulos de gran repercusión internacional como *Harry Potter and the Prisoner of Azkaban* (2004) y *Children of Men* (2006).

Con esos antecedentes no sorprende que Netflix se propusiera hacer su primera película en español contando con la participación de Cuarón y esta fue *Roma* (2018). Netflix se anotó con ella un gran triunfo. Antes, *Roma* había obtenido el León de Oro, el máximo galardón de la Muestra Internacional de Cine de Venecia, la más longeva de todas las de su especie.

Cabe agregar que por primera vez en la historia de Hollywood en los últimos años son varios los realizadores mexicanos que han logrado situarse en posiciones expectantes al interior de la gran industria. Al lado de Alfonso Cuarón, hay dos de gran figuración: Alejandro González Iñárritu, que obtuvo dos Óscar al mejor director, sucesivamente, con *Birdman o la inesperada virtud de la ignorancia* (2014, también ganadora del Óscar a la mejor película) y *Renacido* (2015 ). El otro que ha obtenido un Óscar como mejor director es el tapatío Guillermo del Toro por *La forma del agua* (2017).

#### **5.1.1.2. Características de la producción**

*Roma* es una película dirigida por un mexicano, con actores y técnicos (en su mayoría) mexicanos, ambientada en la Colonia Roma de la Ciudad de México y, ya lo dijimos, hablada en español. A la vista y al oído es una producción mexicana, y sin embargo no lo es del todo, pues la participación de Netflix al adquirirla para su lanzamiento y aportar económicamente en ella, la convierte en una coproducción. Por cierto, para Cuarón, para la industria mexicana y para un amplio sector de la población de ese país, el triunfo de *Roma* se vivió como un gran logro mexicano.

Nos interesa destacar el carácter híbrido de la producción, ya ejecutado en las series de Netflix realizadas en América Latina, así como la novedad de la propuesta estética en el marco de un canal de *streaming*: *Roma* es un relato en blanco y negro de ritmo pausado, con actores no profesionales en su mayoría y con una protagonista de raíces indígenas, Yalitza Aparicio, que se desempeña como una empleada del hogar de una familia pudiente de la Colonia Roma de la capital mexicana. Con esas características, es muy posible que *Roma* hubiese pasado poco advertida en el circuito comercial de salas y se hubiese convertido en todo caso en una obra de festival con una distribución menor. Su difusión en Netflix le permitió una amplia campaña publicitaria que facilitó su breve estreno en muchos países, antes de su lanzamiento en el *streaming*, y la catapultó a las candidaturas del Óscar, obteniendo el que corresponde a la mejor película extranjera del 2018, y compitiendo asimismo en el rubro de la mejor película del año, que en esa ocasión ganó *Green Book*, de Peter Farrelly.

Con *Roma*, la primera película de Netflix en la competencia del Óscar, se advierte tanto el sesgo autoral como, muy significativo, que ese sesgo esté presente en una producción hablada en castellano. Lo que eso puede significar en el futuro de la producción regional asociada a Netflix y a las cadenas de *streaming* es incierto, pero como precedente abre una vía hasta hace muy poco impensable para el porvenir del cine latinoamericano por el valor agregado que ha sido para *Roma* el lanzamiento como un producto de Netflix.

Hay un antecedente intelectual muy relevante en la elección de la historia narrada por Cuarón y está en el libro *El laberinto de la soledad* (2015), del escritor y Premio

Nobel mexicano Octavio Paz, publicado en su primera edición en 1960. En ese extenso volumen ensayístico, Paz hace referencia al trauma de la conquista española y al origen de México como un país mestizo, hijo, no legítimo desde luego, de Hernán Cortez y la Malinche. Los motivos del abandono del padre, el sufrimiento de la madre y el desamparo de los hijos provienen de ese origen infausto y han estado presentes a lo largo de la historia de México en muchas manifestaciones culturales: mitos, leyendas, novelas...

Enrique Krauze (2018) observa que en *Roma* se reproduce esa tradición, mítica con la muy significativa presencia de dos indígenas en la casa de la familia acomodada de la colonia Roma, que reproduce la vida colonial de las haciendas mexicanas. Dice:

Es una obra íntima y personal, pero es mucho más. Es el relato realista de una clase social privilegiada que tiene una enorme deuda de desigualdad social, racial y de género con el México campesino e indígena. Es el retrato de una efervescencia política que dio inicio en la década de los sesenta y setenta y que aún no cesa. Y también, es un viaje proustiano, una vuelta al origen. La colonia Roma, escenario de la película, es un espejo del desarrollo social y la cultural urbanos en el México del siglo XX. Se creó en 1903, al sur del viejo centro colonial de la capital, en terrenos desecados del legendario lago de Texcoco. Con sus palacetes *art nouveau*, sus plazas apacibles y camellones arbolados, era un emblema de la *pax augusta* que México creía vivir bajo el régimen de Porfirio Díaz. (*The New York Times*, 14/12/2018)

### 5.1.1.3. Personajes

Los personajes principales de la historia narrada son los siguientes:

- Cleo: la empleada del hogar que se dedica principalmente al cuidado de los niños, aunque realiza otras labores domésticas de limpieza y lavado.
- Sofía: la madre, a cargo de la casa y afectada por la distancia y, luego, la separación del padre.
- Antonio: el padre, un médico apenas presente en el hogar y en vías de ruptura del vínculo matrimonial.
- Adela: la otra empleada del hogar, mixteca como Cleo, encargada de la cocina y de otras tareas.
- Teresa: la madre de Sofía, que vive en la casa de su hija, y que forma parte activa de la familia.
- Paco, Toñito, Sofi y Pepe: los cuatro niños de la casa, que forman un conjunto sin estar mayormente diferenciados en el relato, a no ser por sus nombres, por algunas pequeñas intervenciones y por los juegos un poco más violentos de Paco y Toñito, los mayores.
- Fermín: la pareja de Cleo, un hombre que practica artes marciales y que veremos comprometido con un grupo violento que comete un crimen en una mueblería
- .Ramón: la pareja de Adela, amigo de Fermín y con menor relieve personal en la historia.

El personaje central está interpretado por Yalitza Aparicio, elegida en un *casting*, sin haber tenido experiencia previa en la actuación. Es claro que Alfonso Cuarón quería diseñar un rol a partir de conductas naturales y sin el menor matiz interpretativo.

Marina de Tavira hace de Sofía y es una actriz profesional dedicada principalmente al teatro y a la televisión, y con actuaciones previas sin roles protagónicas en varias películas. Por cierto, no se hace notar esa experiencia escénica en *Roma*, pues igualmente está sometida a un tipo de actuación bastante llana y en escenas más bien breves.

Tanto Fernando Grediaga como Verónica García en los roles de Antonio y la abuela Teresa, no eran actores profesionales. En cambio, Jorge Antonio Guerrero, que desempeña el papel de Fermín, se estaba iniciando en la actuación y participó entre otros empeños en la serie *Narcos* (2018), de Netflix. Por su parte, los niños tampoco tenían antecedentes actorales. Ellos son Carlos Peralta (Paco), Diego Cortina (Toñito), Daniela Demesa (Sofi) y Marco Graf (Pepe).

#### **5.1.1.4. Ubicación espacio-temporal**

La acción de la película tiene su centro en la casa familiar situada en la calle Tepeji n.º 22, en la colonia Roma, en un sector pudiente de la capital mexicana. Para efectos del rodaje, Cuarón se limitó a filmar el exterior de la casa familiar, y reconstruyó el interior en otra casa con buena parte de los muebles familiares originales. La acción se desplaza desde la casa hacia calles y avenidas aledañas

a donde, por ejemplo, está ubicado el gran cine Las Américas en el que Cleo, la abuela y los niños ven la película *Atrapados en el espacio*. En otros momentos, los desplazamientos son en auto (en las escenas de la mueblería y del hospital, por ejemplo) o en transporte público (el recorrido de Cleo hacia el terreno donde se realizan los ejercicios de artes marciales). Hay dos salidas fuera de la ciudad, una hacia la casa de campo donde Sofía, sus hijos y Cleo reciben el año nuevo, y luego caso al final hacia la playa Tuxpan.

El conjunto de las escenas se desarrolla entre los últimos meses de 1969 y los primeros de 1970, es decir, entre la etapa final del sexenio gubernamental de Gustavo Díaz Ordaz y los meses iniciales del sexenio del presidente Luis Echeverría Álvarez, ambos dirigentes del Partido Revolucionario Institucional (PRI), que gobernó México durante varias décadas en forma ininterrumpida.

### **5.1.2. Segunda Parte**

Aquí procedemos a hacer una segmentación o descomposición narrativa lo más completa posible, para luego pasar al análisis propiamente dicho.

#### **5.1.2.1. La segmentación o descomposición narrativa**

Casetti y Di Chio (1991) señalan que, para el análisis del texto fílmico, hay que empezar por la *descomposición*, es decir la segmentación o desagregación, que permitan establecer una división práctica de unidades separadas, sin que esa operación limite la elección subjetiva y la creatividad del analista (pp. 36-37).

Empiezo entonces por descomponer las partes narrativas de la película Roma utilizando el concepto de bloque narrativo en su sentido más literal: de segmento o parcela, de unidad separable al interior de un conjunto o totalidad. Tengo en cuenta al respecto la observación de Bordwell (1995) en el sentido de que “Toda ordenación es selectiva, que una cobertura completa de todas y cada una de las indicaciones ofrecidas por el film es imposible”. (p. 151).

Aclaro que no hago la segmentación en escenas, entendidas como unidades de acción, espacio y tiempo; o secuencias, segmentos formados por unidades algo mayores que no tienen continuidad inmediata en uno o más de los tres componentes esenciales de la escena, la acción, el espacio y el tiempo. El bloque narrativo puede estar compuesto por una sola escena o por varias, así como por secuencias. Sin embargo, voy a ir incorporando los términos de la gran sintagmática del filme narrativo propuesta por Metz (2007) en la puntualización de cada uno de los bloques.

La película se organiza en varios bloques narrativos, de modo que puede establecerse un ordenamiento en continuidad (no existen *flash-backs* ni digresiones narrativas) desde la primera hasta la última secuencia, teniendo a Cleo como el personaje casi invariable que va hilvanando el conjunto de secuencias. En esta parte descriptiva casi no hacemos referencia a los componentes del lenguaje audiovisual, sino que nos limitamos a hacer una separación por partes del ordenamiento secuencial de la película, incorporando sí los términos ordenados por Metz (2007) en el esquema de la sintagmática del film narrativo. Es un primer paso para luego acercarnos al tratamiento audiovisual del relato y al análisis del



contenido significativo. En otras palabras, es una aproximación “a la forma del contenido, a la historia contada (el relato *in facto*)”, tal como lo enuncia Jesús García Jiménez (1996, p. 14), pero ya con indicaciones que aluden a la estructuración del relato por la vía del montaje de las unidades narrativas separadas o sintagmas.

## Obertura

Podemos considerar que hay una pequeña obertura con los planos que muestran en ángulo picado, primero una superficie enlozetada que parece corresponder a una terraza, que luego veremos es el garaje. Luego, empieza a circular en pequeñas ondas un chorro de agua enjabonada hasta que, y con la inscripción del título *Roma*, se refleja la imagen de un avión que en ese momento vuela en el espacio aéreo superior. Tiene unos tres minutos de duración y es una miniescena inicial o un encuadre autónomo en los términos de Metz.



*Figura n.º 1. Cleo limpiando la terraza.* <https://es.quora.com/Qu%C3%A9-piensas-de-la-pel%C3%ADcula-Roma-de-Alfonso-Cuar%C3%B3n>

## Primer bloque

Por casi 20 minutos se ofrecen imágenes al interior de la casa, con la presencia de Cleo desplazándose sobre todo en el piso superior, mientras que vamos viendo a la madre y a los niños en las actividades rutinarias del comienzo de un día cualquiera, incluyendo la llegada del padre, quien se alista para hacer un viaje a Canadá. El escenario constante de la casa y los pequeños saltos de espacio y tiempo la configuran como una secuencia ordinaria.

## Segundo bloque

Primera salida a los exteriores, con el encuentro de Cleo y Fermín, la visita al cine (la película que se anuncia es *La hermana trinquete*, una comedia con motivo criminal, protagonizada por Silvia Pinal) y luego la escena en el cuarto en el que tienen intimidad. Este bloque tiene una duración de cinco minutos. Aquí podemos diferenciar dos escenas con continuidad temporal cada una: la salida a la calle y el encuentro de Cleo y Fermín; y la que tiene lugar en la habitación de un presunto hotel.



Figura n.º 2 Cleo con el organillero. <https://www.forbes.com.mx/forbes-life/roma-la-pelicula-visita-los-lugares-que-inspiraron-a-alfonso-cuaron/>

### Tercer bloque

Un nuevo día, con la ducha inicial de Cleo, el desayuno familiar, la salida de la casa del padre y el recorrido de Cleo en dirección al cine donde ve con Fermín *La fuga fantástica* (*La grande vadrouille*), una comedia francesa de éxito, para luego ser abandonada por él. Luego es el regreso a casa, con una lluvia con granizo y la confesión a Sofía de su embarazo. 18 minutos de duración.

Hay una pequeña secuencia ordinaria inicial en la casa; una segunda, también ordinaria con el traslado de Cleo y la visita al cine; la tercera es una escena transicional; y la cuarta es también una escena: la conversación de Cleo y Sofía.

#### Cuarto bloque

Salida al hospital de Sofía y Cleo para el examen ginecológico de la segunda. Un dato significativo es el temblor que se produce cuando Cleo mira la parte de la ciudad que se divisa desde uno de los ventanales de los pasillos y salas superiores del hospital, cuando de pronto irrumpe un breve sacudón sísmico. Sólo cuatro minutos. Estamos aquí ante una unidad secuencial ordinaria.

#### Quinto bloque

Visita a la casa de campo con la llegada y encuentro con los familiares y amigos (no se precisan bien los vínculos) y con la posterior fiesta de año nuevo, mientras simultáneamente las empleadas asisten al lado a una celebración popular en una especie de pequeño restaurante o lugar de comida. A esas acciones siguen las inesperadas imágenes del fuego en el bosque contiguo a la casa, probablemente provocado, nunca se dice, por los fuegos artificiales. Este segmento dura 18 minutos.

Aquí hay una organización secuencial en dos partes: la primera cubre hasta el momento previo al aviso del fuego; y la segunda desde que vemos las imágenes de la vegetación en llamas. Ambas son secuencias ordinarias que ofrecen un breve recorrido temporal discontinuo.

## Sexto bloque

Regreso a casa, comida y salida al cine y a pie al atardecer de Teresa, Cleo y los chicos para ver *Atrapados en el espacio*, un filme de ciencia ficción, que se siente casi como una autorreferencia de Cuarón a su película *Gravedad*. Son seis minutos con predominio del tramo del recorrido que va de la casa al cine. Es también un bloque secuencial ordinario.



Figura n.º 3. Cleo con la familia. <https://codigoespagueti.com/noticias/cultura/roma-gana-tres-premios-de-la-sociedad-de-criticos-de-estados-unidos/>

## Séptimo bloque

Viaje en ómnibus de Cleo y arribo al lugar extraurbano de terreno fangoso donde, después de la consulta en el taller de trabajo de Ramón, Cleo logra encontrar a

Fermín en una cancha en la que, bajo las indicaciones de un instructor, se realizan prácticas deportivas de artes marciales. En el momento final de este segmento, Fermín se niega con rabia al reconocimiento del hijo que le anuncia Cleo. Doce minutos de duración en un bloque secuencial ordinario.

#### Octavo bloque

Una nueva escena en la casa con Paco y Toñito peleando y Cleo interviniendo para separarlos, y la entrada de Sofía visiblemente subida de tragos y chocando el Galaxy de su esposo, muy incómodo de estacionar por su anchura como ya se ha visto antes, y chocándolo con las paredes circundantes, como si fuera un acto de venganza del esposo que la ha abandonado. Este segmento de seis minutos termina con las palabras que Sofía le dirige a Cleo: “siempre estamos solas”.

Es una escena relativamente larga y sin cortes espaciales o temporales. Mientras que no haya interrupciones espacio-temporales se mantiene la unidad de la escena, tal como propone Christian Metz (1973).

#### Noveno bloque

Salida en autor de Cleo acompañada por Teresa en medio de una manifestación de estudiantes. Visita a la mueblería en una zona presumiblemente céntrica de la ciudad con el objeto de comprar una cuna, y en torno a la cual hay mucho movimiento callejero de estudiantes y aparentes grupos en conflicto. Luego, ingreso violento de un grupo de hombres (presumiblemente, paramilitares) con pistola en mano entre los que encuentra Fermín, y asesinato del hombre al que seguían.

Rotura de la fuente de Cleo, ya en estado avanzado de embarazo. Siete minutos de unidad secuencial ordinaria.

#### Décimo bloque

Traslado al hospital en medio del estancamiento en un túnel, provocado seguramente por los incidentes callejeros. Luego, llegada a la clínica e intervención obstétrica de Cleo que culmina con el parto del niño fallecido. También, siete minutos de duración. Aquí podemos diferenciar la breve escena del traslado en el auto y la secuencia ordinaria en el hospital.

#### Undécimo bloque

En este segmento, casi transicional, vemos a Cleo deprimida, pero aun así en sus actividades cotidianas, la llegada de Sofía con un auto nuevo más chico y el anuncio del viaje a la playa. Seis minutos. Se trata de una escena: continuidad de acción, tiempo y espacio.



*Figura n.º 4. Cleo con el niño en el parque.* <https://www.jornadabc.mx/tijuana/22-11-2018/roma-busca-salas-en-mexico-para-ser-exhibida>

#### Duodécimo bloque

Recorrido y llegada a la playa de Tuxpan, arribo al hotel, comida en un lugar donde se celebra una boda, y luego el momento crucial en la playa con el ingreso de Paco y Sofi al mar y el salvataje que realiza Cleo cuando corren el riesgo de ahogarse. Aquí podemos apreciar un plano secuencia, es decir el desarrollo de una acción completa sin cortes de montaje, que culmina con el abrazo de Cleo, Sofía y los cuatro chicos en la orilla de la playa. El bloque tiene una duración de trece minutos, con la secuencia ordinaria con el viaje, la primera parada frente al mar, la llegada al hotel y la comida. Y luego la escena en la playa que no por nada ha sido concebida en plano secuencia, ya que es aquí donde se decanta el significado



principal que trasmite el filme: el casi sacrificio de Cleo y su condición *materna* en el grupo familiar.

### Segmento final

Es el segmento final y muy breve (una escena de solo tres minutos) con la vuelta a casa y a las actividades de Cleo a quien finalmente se le ve subir a la azotea en un ángulo contrapicado, mientras que se observa, como al inicio, un avión que cruza el espacio aéreo, mientras que se superpone el título de la película, manteniéndose ese mismo ángulo contrapicado durante la serie de alrededor de diez de minutos en que se despliegan los créditos de la película. En este pequeño segmento se invierte la posición angular que vimos en el primero, pues se pasa del ángulo picado (de arriba abajo, el ángulo superior) al contrapicado (de abajo hacia arriba, el ángulo inferior).

Antes del inicio de los créditos se inserta discretamente la dedicatoria “Para Libo”, que por la información recibida sabemos que hace referencia a Liboria Rodríguez, la nana de la infancia de Alfonso Cuarón y en la que confiesa haberse inspirado para la creación del personaje de Cleo.

Como se desprende de lo escrito, la película está compuesta, desde el punto de vista de la gran sintagmática de Metz, por un encuadre autónomo, un plano secuencia, escenas y secuencias ordinarias. Esa limitación del esquema sintagmático no es sinónimo de pobreza expresiva ni mucho menos, pues es muy común encontrarla tanto en relatos de género hechos para el cine o la televisión,

como en propuestas independientes o de autor. En *Roma* no advertimos sintagmas descriptivos o acronológicos, tampoco el sintagma alternado, pues la película está narrada en continuidad y no hay simultaneidad de situaciones en ningún momento.

Aunque no hay una perfecta simetría entre los bloques de escenas en la casa de la Colonia Roma, o de aquellos que tienen una mayor amplitud al interior de la casa, y los otros bloques en los que dominan o predominan las escenas fuera de casa, no dejan de ser mayoritarios los que tienen como escenario el espacio de la casa, que es el soporte escenográfico más sólido de la película y el lugar comparativamente más seguro: no ocurren temblores, ni incendios, ni crímenes, ni pérdidas de hijos ni peligros de ahogamiento. Aunque sí abandonos y soledades.

### **5.1.3. Tercera parte**

El análisis de los procedimientos audiovisuales aplicados a la película *Roma* constituye el contenido de esta parte utilizando procedimientos de la metodología semiótica, desarrollamos el análisis de los campos semánticos y del punto de vista narrativo que se desprenden de la lectura estructural de la película *Roma*

#### **5.1.3.1. Análisis de los procedimientos audiovisuales**

Vamos a comentar en este apartado el modo en que Cuarón asume en la puesta en escena de la película el arsenal de recursos cinematográficos con los que se cuenta y el modo en que los utiliza, todo lo cual genera el sentido que se desprende

de las imágenes. Veremos así los planos y los movimientos de cámara, el campo visual y el fuera de campo, la caracterización de los personajes y el rol de la actuación, el espacio representado y la escenografía, el ritmo narrativo, la función de los diálogos y la música y el estilo visual de la película.

Como hemos indicado, Cuarón filma la película en blanco y negro y opta por las tomas de larga duración y con profundidad del campo visual, manteniendo la cámara de manera preferente a la distancia del plano de conjunto. Toda la secuencia inicial, por ejemplo, después de la obertura, adopta el procedimiento del plano de conjunto como una manera de tomar cierta distancia de los personajes, de hacerlos formar parte de un entorno cotidiano; incluso, en sus primeras apariciones Cleo parece integrarse a la escenografía interior de la casa familiar, como si hasta cierto punto estuviera “indiferenciada” del entorno.

Otro procedimiento expresivo reiterado desde las primeras tomas es el de la movilidad de la cámara, sea a través de paneos, como los que muestran el interior de la residencia que es el centro principal de la representación, como en los constantes *travellings* horizontales que muestran a los personajes desplazándose por las calles de la colonia Roma. Los planos de conjunto y los movimientos de cámara caracterizan la elaboración visual de *Roma*.

La constante movilidad en *travellings* alcanza su punto de mayor intensidad en el plano-secuencia de la playa cuando la cámara acompaña el recorrido de Cleo desde el lugar donde observa a los chicos que están en el mar y que no se divisan. El encuadre deja a los niños fuera del espacio visualizado (están en el espacio fuera

de campo o espacio en *off*) mientras que Cleo avanza y la cámara la acompaña lateralmente hasta que ingresa al mar. Ese procedimiento se convierte allí en la apoteosis expresiva de la película, creando un sentimiento de angustia y una sensación de vacío, de temor a la pérdida. Hay algunos llamados de los niños, pero el sonido que predomina es el del oleaje marino y de las aves que sobrevuelan en el entorno.

La relación entre el campo visual y el fuera de campo es una de las más fértiles en términos expresivos al interior del lenguaje cinematográfico. “Entre el campo visual y el fuera de campo se establecen relaciones múltiples. El primero es el campo real, concreto, observable; el segundo es un campo virtual, imaginario, pero que va alimentando de sentidos al primero”. (Bedoya y León Frías, 2011, p. 25). En otros momentos de *Roma* se utiliza el fuera de campo, especialmente como estímulo sonoro proveniente de un lugar no visibilizado en el encuadre. Por ejemplo, cuando Cleo ha sido abandonada por Fermín en la sala de cine y se escucha el sonido de una pantalla que está fuera de campo.

De esa manera y con esos procedimientos, Cuarón toma distancia frente a los usos habituales en la dramaturgia del melodrama o de la comedia de situaciones, no solo propia del lenguaje habitual de las series televisivas, sino también del común de las propuestas cinematográficas en Hollywood y en América Latina. Esos usos habituales, además de desechar el blanco y negro como opción plástica, tienden a favorecer los planos cercanos, es decir, aquellos que muestran a los personajes desde la cintura, las inmediaciones del pecho o el cuello. Con eso hay un “centramiento” dramático que busca la identificación del espectador, así como la

reducción del peso expresivo del entorno escenográfico. El involucramiento emocional del espectador se activa por el recurso de la cercanía de los planos, la relación campo-contracampo (pasar del rostro de uno a otro de dos personajes que dialogan) y las voces casi infaltables de los personajes en juego.

En cambio, Cuarón descarta esos mecanismos de identificación y más bien descarga a los personajes de esos rasgos marcados propios de la dramaturgia canónica y opera en una suerte de descentramiento. En esta, los personajes tienden a una caracterización que los define y que va marcando sus conductas y sus reacciones. No es lo mismo en *Roma*. Cleo es un personaje pasivo, poco comunicativa y cuando más se comunica verbalmente es con el uso de la lengua mixteca. Aun cuando paulatinamente su presencia se haga central en el desarrollo del relato, es una mujer que casi no se hace notar, como si, una vez más, formara parte constitutiva de ese espacio doméstico. En cierta medida, Cleo es, en los términos de Francis Vanoye, un personaje *opaco*, cuyos rasgos están un poco difuminados. (Vanoye, 1996, p. 57)

Los otros personajes, asimismo, están caracterizados por algunos trazos. Antonio, por ejemplo, es un personaje elusivo, de presencia muy débil. Y tampoco Sofía, la dueña de casa, se exhibe demasiado. Los chicos están muy poco individualizados y apenas tienen escasas intervenciones. No está en el interés del director trabajar la psicología de los personajes, sino mostrar las acciones de forma más bien escueta.

Jesús García Jiménez (1996) menciona una precisión muy pertinente con relación al personaje de ficción: “El personaje dramático debe ser entendido en la narrativa audiovisual como *sujeto de acción* (elemento de la estructura narrativa) y *sujeto de actuación* (elemento de la estructura dramática)” (p. 302). Esto es, hay una suerte de superposición entre el personaje tal como está concebido en el argumento y en el guion de la película, ese personaje de papel escrito o impreso, y el que le da vida el actor en la dramatización propiamente dicha. Con frecuencia, los actores profesionales aportan una cuota personal indisimulable en la caracterización del *sujeto de acción*, por lo cual se hace notar la diferenciación entre el sujeto de acción y el de la representación. En cambio, en la película *Roma* se ha procurado que esas dos instancias sean lo más ajustadas posibles, de donde proviene el aire casi semidocumental que la película trasmite.

El espacio representado adquiere una función central. Como señalan André Gaudreault y Francois Jost (1995), “La imagen es un significante eminentemente espacial, de modo que, al contrario de tantos otros vehículos narrativos, el cine presenta siempre, a la vez, las acciones que constituyen el relato y el contexto en el que ocurren”. (p. 87)

A pesar de la importancia de la escenografía de la época y la función expresiva que cumple, no hay la menor complacencia en destacar ese diseño escenográfico. Los ambientes están allí y enmarcan a los personajes, tanto los interiores (casa, cines, mueblería, casa de campo, hotel, restaurantes) como los exteriores (calles, playa, área campestre, terrenos semidespoblados), sin el menor agregado o *plus* estético, Por ejemplo, en la escena en que Cleo se dirige hacia el mar encrespado para

rescatar a los chicos, el director no utiliza imágenes que potencien la fuerza del mar o el peligro que suscita.

Lo anterior no significa que estemos ante un trabajo fotográfico-escenográfico neutro, pues se trata de una fotografía muy cuidadosa y una escenografía seleccionada, incluso con agregados digitales imperceptibles para la mirada del no especialista. Pero es eso: una propuesta visual que quiere pasar un poco inadvertida como tal, como si no tuviese un nivel de expresividad por sí misma que, desde luego, lo tiene.

El ritmo de las imágenes, y de la construcción toda, es relativamente lento y parsimonioso. No hay la menor precipitación, a tono con esa mirada que toma distancia y que se esmera en mantenerse como observadora. Es la mirada asumida por el director a través del punto de vista de la cámara y es también, simultáneamente, la mirada de Cleo que observa sin planos subjetivos el desenvolvimiento de los miembros de la familia, y con planos subjetivos en algunos tramos prominentes, como por ejemplo desde la casa de campo, desde el ventanal del hospital o desde la ventanilla del auto.

A destacar el uso moderado de los diálogos, y de manera muy marcada en Cleo, la importancia de los ruidos ambientales (aviones, autos, bullicio callejero, golpes de puertas, etcétera) y la ausencia de música extradiegética o música de fondo. Hay sí un conjunto variado de canciones populares de la época, casi todas baladas románticas, que se escuchan por la radio o la televisión o son canturreadas por algún personaje, pero ninguna de esas canciones se reproduce en su totalidad ni

alcanza un volumen alto, salvo en las escenas de las celebraciones del año nuevo o alguna otra. Esas canciones son expresiones de música diegética, aquella que forma parte de la acción aunque pueda estar originada en el espacio fuera de campo contiguo. Son expresiones, asimismo, de esos códigos culturales referenciales, según la categoría del semiólogo francés Roland Barthes (Ver *Mitologías* (2012) o *El sistema de la moda* (2003)).

No se emplea la voz de un narrador (la voz en *off*), que es un procedimiento bastante usual ni hay textos o inscripciones que sitúen la época, tampoco referencias a un posible origen autobiográfico de la historia contada, más allá de la dedicatoria final.

La aplicación de los procedimientos audiovisuales inviste el relato, lo arropa, podríamos decir, y termina siendo inseparable de él, de modo que cualquier análisis de una película que se quiera mínimamente completo o satisfactorio, no puede prescindir de la consideración que desempeñan los recursos propios del lenguaje audiovisual que hemos mencionado, de manera ciertamente muy selectiva y fragmentada, en este apartado. Sin embargo, hay un aspecto que proviene de esa asociación de lenguaje y relato, pero que deriva en una mayor medida de los procedimientos del lenguaje y es lo que se conoce como el estilo. Ya lo dice Bordwell (1996): “El estilo denomina el uso sistemático de recursos cinematográficos en el film”. (p. 50).

A lo que habría que agregar: y personaliza o caracteriza al filme o también a un conjunto de filmes, porque el estilo no siempre es una marca de individualidad,



también puede ser un estilo de empresa productora, de una corriente de películas (el estilo *neorrealista*) de la vertiente de un género (el estilo del filme *noir*, por ejemplo).

En tal sentido es que podemos decir que *Roma* trasunta un estilo propio, no por ser especialmente original o diferenciado, sino porque hay trazos en la audiovisualidad de la película que la diferencian, aunque esas diferencias no sean radicales, de otras realizaciones del cine latinoamericano y de otras partes. Por lo pronto, se trata de un estilo realista moderado con una opción preferencial por ciertos procedimientos de la modernidad fílmica como los planos de larga duración, la impresión envolvente del campo visual y la movilidad de la cámara en varios tramos de la película.

### **5.1.3.2 Una ficción realista**

Hicimos mención al estilo realista y antes a la actuación de “aire semidocumental” que percibimos en la película. Sin embargo, esa impresión no debe crear la menor confusión, pues no se trata en absoluto de una propuesta semidocumental, pese a los actores no profesionales, a la elección del blanco y negro y al aparente “documentalismo” de los escenarios de interiores, los urbanos y los extraurbanos. *Roma* parte de un guion previo, escrito por el propio director, y de una puntillosa reconstrucción de ambientes para lo cual se ha destinado en soporte digital una parte relevante del presupuesto. Asimismo, las actuaciones han sido muy ensayadas y preparadas, sin el menor matiz de espontaneidad o de libertad interpretativa.

Por lo tanto, no hay nada de semidocumental, lo que hay es lo que se conoce como una ficción realista, esa que, como recuerda Francesco Casetti (1994) se fundamenta en la idea de *verosimilitud*, diferenciándola de *veracidad*, que es propia del documental. (p. 53) La ficción trabaja sobre la verosimilitud, pues quiere hacer creíble lo que vemos en la pantalla, mientras que el documental se asienta en la veracidad con su propuesta de hacer real lo que muestra. Son verosímiles (o pueden serlo) los relatos distópicos de la ciencia-ficción fílmica, pero eso pertenece al orden del *verosímil fantástico*, pues en rigor cada género instala sus reglas o sus convenciones de verosimilitud. En cambio, *Roma* apela al *verosímil realista* y no porque los hechos hayan sucedido, sino porque tienen el atributo de ser posibles o factibles en términos de correspondencia a un marco referencial de conductas, acciones y situaciones propias de la “vida real”.

Abundando en la idea, y en relación con la ficción realista, Francis Vanoye (1996) señala que

lo *verosímil* no es ni lo verdadero ni lo real, ni siquiera la representación global que pueda formarse de lo que sucede en la vida del modo más común. Lo verosímil deriva de lo necesario, es decir, de un conjunto de encadenamientos lógicos dispuestos por el autor. El lector-espectador aceptará un suceso como verosímil con tal de que esté inscrito en la cadena de causas y efectos y sea suficiente el despliegue de las preparaciones, motivaciones y justificaciones. (p. 29)

La percepción de lo que de manera muy poco científica podemos llamar el “espectador común” o el “espectador promedio” tiende a atribuirle a los relatos basados en hechos reales, de carácter biográfico y otros similares un estatus de

autenticidad que, justamente por ser relatos, no tienen. Y las frecuentes apelaciones de un tiempo a esta parte en el cine, la televisión y el cable, de que “la historia se basa en hechos reales”, contribuye a esa atribución abusiva. Hay que advertir, al respecto, que Cuarón no recurre en *Roma* al expediente de los hechos realmente acaecidos, ya casi una coartada o anzuelo utilizados aquí y allá.

Por tanto, lo pertinente es hablar de una ficción realista, verosímilmente realista, y eso es lo que caracteriza una propuesta como la de *Roma*.

### **5.1.3.3. Una forma narrativa alternativa**

Por lo pronto, y siguiendo el acercamiento de Bordwell y Thompson (1995), y como ya lo adelanté, *Roma* no es un producto que corresponda al estilo narrativo clásico, el que desarrolla principalmente entre los años veinte y sesenta, teniendo como modelo dominante al que se produce en los estudios de Hollywood. El llamado cine clásico mexicano adoptó muchas de las características del modelo norteamericano, pero las “aclimató”, las incorporó al espacio diegético que representaba o, al menos quería representar, lo nacional. Pues bien, ese estilo clásico dominante en la conocida como Época de oro del cine mexicano se prolonga hasta los años setenta y allí prácticamente se va extinguiendo. Y si bien es cierto que hay películas de ese país que en estos tiempos intentan recuperar algunas de las características de ese estilo, no es el caso de *Roma*, que más bien se aleja del modelo clásico y construye un tipo de relato asentado en la cotidianeidad.

En otras palabras, *Roma* elabora una construcción narrativa alternativa al estilo clásico y cercana al de otras propuestas que en estos tiempos se visualizan en la producción de diversos países, incluido Estados Unidos. ¿Cuáles son esos rasgos narrativos que observamos en la película de Alfonso Cuarón? Por lo pronto, la reducción de los datos informativos manejados por el relato. Por ejemplo, la separación de Antonio se sugiere por los silencios y las evasivas y no hay una sola escena que muestre un conflicto entre la pareja. Vemos algunas conductas de “consecuencia”, pero no las “causantes”. La relación de Cleo con Fermín es, igualmente, muy elíptica, y nos deja imaginarnos lo que pudo haber entre ellos más de lo que muestran las imágenes. Los cambios de estados de ánimo, igualmente, tanto de Cleo como de Sofía, se sugieren de manera nada “invasiva” en el curso del relato. El final de la película no cierra la historia de manera clara, sino que la deja abierta, es un final suspensivo.

En líneas generales, la película tiende a mostrar casi “panorámicamente” el desarrollo de la historia y de allí la preferencia por los planos de cierta amplitud, por los *travellings* laterales y por la extensión del espacio del encuadre. Como si el narrador observara el curso de las acciones sin casi intervenir en ellas. Eso incluso se percibe en los momentos dramáticamente más intensos que son aquellos del ingreso violento en la mueblería, el parto en el hospital y el salvataje de los niños en la playa. A pesar de que cada uno de ellos tiene un espesor dramático que no tienen las otras escenas, no hay primeros planos y más bien la cámara, salvo cuando Cleo aparece en primer término en la cama del hospital, mantiene la distancia del plano de conjunto, es decir, la distancia de una observación que no quiere interferir con la marcha de los acontecimientos. Una opción muy diferente a

la que hubiese elegido el estilo clásico en cada una de estas escenas, fragmentando los espacios, recurriendo a los primeros planos, reforzando las operaciones verbales y a las acentuaciones musicales, ausentes en este caso.

En el encabezamiento de uno de los subtemas del libro *Posnarrativo. El cine más allá de la narración*, el autor Horacio Muñoz Fernández (2017), aparece el enunciado “Primero los espacios, después las historias” (p. 49) que hace referencia a una de las características prominentes en una de las vetas de lo que él llama el cine *posnarrativo*, frecuente en una de las líneas del cine de autor en los últimos tiempos en que la narración no desaparece, pero está acotada, simplificada o reducida a sus trazos más escuetos. Si bien *Roma*, en mi criterio, no entra de lleno en esa caracterización, sí transmite esa impresión de que el espacio precede a la historia y eso está presente desde el encuadre autónomo inicial, no siendo menos significativo que tengamos también el espacio, o una porción del espacio, al final, y no sea ninguna situación o personaje quienes cierren el relato. Tan relevante es la precedencia del espacio en *Roma* que, luego, del primer encuadre en el bloque narrativo inicial, es el escenario de la casa el que se impone visiblemente sobre los personajes. La impresión que nos deja es la de una sobrevalorización de un lugar en el que los personajes, y ya lo mencionamos en el caso de Cleo, semejan por ratos ser parte del mobiliario o del diseño de interiores, sin que este efecto sea producto de una estilización extrema, que no lo es, pues se mantienen las características realistas del estilo. Es la dimensión del espacio del segundo piso de la casa visto a través de los movimientos de la cámara que permiten observar desde fuera y en plano general las habitaciones de una a otra, la que favorece ese peso visual de la escenografía de interiores.

*Roma*, sobre el papel, es decir, en su base argumental es un melodrama, pero las operaciones narrativas y cinematográficas la descargan de ese peso melodramático, de lo que Jesús Martín-Barbero (1987) llama “la retórica del exceso”.

Todo en el melodrama tiende al derroche. Desde una puesta en escena que exagera los contrastes visuales y sonoros a una estructura dramática y una actuación que exhiben descarada y efectivamente los sentimientos exigiendo en todo momento del público una respuesta en risas, en llantos, en sudores y estremecimientos. (p. 131)

No hay derroche ninguno en la película de Cuarón. Hay contención, control, sentido de la medida, economía emocional. El final es ampliamente elocuente al respecto.

La construcción narrativa de *Roma* no cierra la historia contada, pues no sabemos cómo va a ser el futuro de Cleo, aunque lo podamos intuir. Eso, no obstante, no excluye que, como se afirma en *Estética del cine* “el texto narrativo es un discurso cerrado puesto que de modo inevitable comporta un principio y un final, está materialmente limitado.” (Aumont *et al.*, 1983, p. 109). Lo que no contradice la idea de que como historia tenga un final abierto, entendiendo la historia como lo que se narra y el relato el modo en que se narra, tal como lo conceptúa Gómez Tarín (2006, p. 60).

#### 5.1.3.4. Campos semánticos

El concepto de campo semántico proviene de la lingüística y hace referencia a la división o separación de áreas conceptuales en el empleo de la lengua. El lingüista Eugen Coseriu lo definió como “la estructura constituida por unidades léxicas (lexemas) que se reparten entre sí una zona de significación común hallándose en oposición inmediata las unas con las otras “(como se citó en Martínez, 2003, p. 114). Bordwell (1995) agrega “Un campo semántico es un conjunto de relaciones de significado entre unidades conceptuales o lingüísticas. Por tanto, se puede decir que campo/ciudad constituye un campo semántico, unificado por una relación de significado opuesto” (p. 126).

Para la redacción de este apartado incorporamos para algunas de las oposiciones a la noción de campo semántico que propone Bordwell (1995) el concepto de espacio audiovisual que resume García Jiménez (1996), pero que está presente en otros autores cuya lectura nos sirve de base metodológica: Aumont y Marie (1990), Casetti y Di Chio (1991), el mismo Bordwell (1995). Asociamos así la noción abstracta de campo semántico con aquella también abstracta, pero de mayor visibilidad o materialización ocular que es la de espacio audiovisual. Esa conjunción de campo semántico-espacio audiovisual no está presente en las tres últimas oposiciones que proponemos y el que define las cuatro primeras revela el relieve que alcanzan los espacios dentro de la visualización de la película, tal como hemos observado antes.

Veamos cómo se constituyen los principales campos semánticos en *Roma*:

- Casa- exteriores urbanos
  - Interior de la casa-terraza de ingreso
  - Casa-campo / playa
  - Ciudad-naturaleza
  - Patronos-empleados / habla española-habla mixteca
  - Desvalorización-afirmación (de la mujer)
  - Vida-muerte
- 
- El campo semántico casa-exteriores urbanos

Como hemos indicado, la casa familiar de la colonia Roma es el escenario principal del relato, es la vivienda de los protagonistas, en este caso, los miembros de la familia y las empleadas Cleo y Adela. Es el lugar relativamente seguro, el refugio, el espacio de la intimidad familiar, pero también el lugar del conflicto potencial, como el que se expresa de manera sugerida, entre Sofía y Antonio, o el que se manifiesta de manera liviana en la pelea entre Paco y Toñito.

Los exteriores urbanos son la representación del azar y de lo cambiante. Pueden ser, por un lado, tan cotidianos como los que vemos en los traslados a pie de los miembros de la familia, o tan imprevisibles como aquellos emplazamientos en que Cleo observa a Antonio con su nueva pareja, las manifestaciones y los asomos de violencia callejera, o la visita de Cleo al área periférica donde encuentra a Fermín en ejercicios de artes marciales. Se establece, así, una oposición entre lo relativamente estable y lo potencialmente inestable.



Salvo el segundo, quinto, séptimo y duodécimo bloque narrativo, todos los demás se ubican en los perímetros geográficos correspondientes a este campo semántico.

– El campo semántico interior de la casa-terraza de ingreso

Se crea una oposición significativa, pues comparativamente las acciones al interior de la casa son relativamente más sosegadas (salvo el juego violento entre los chicos, sin visos de gravedad), mientras que el ingreso de los vehículos tiene un sesgo accidentado, tanto cuando al comienzo ingresa el padre, con todas las dificultades de hacer avanzar el aparatoso Galaxy entre dos paredes laterales que “ajustan” el auto; como en la entrada “a la mala” de Sofía en crisis debido al abandono conyugal.

Mientras que el interior de la casa es relativamente pacífico, no lo es en la misma medida la terraza de ingreso, no por nada “lavada” en las imágenes iniciales y el lugar, además, en que defeca el perro.

La terraza-estacionamiento aparece en la obertura, primero, sexto, octavo y duodécimo bloques, y también en el final.

– El campo semántico casa-campo / playa

La función de los recorridos vehiculares acompaña las salidas fuera de la ciudad, la primera a la casa de campo y la segunda a la playa, y funciona como mecanismo

de enlace entre la casa (y también, por extensión, la ciudad capital) y el afuera. Ese enlace, que se completa con imágenes del regreso y la vuelta a casa, a la vez que acentuar el efecto del traslado y del cambio radical de ubicación, acentúa asimismo la oposición entre el lugar de la “normalidad” y el de lo que escapa a la normalidad, tanto en sus aspectos placenteros y excepcionales (las fiestas de fin de año), como en aquellos que son potencialmente peligrosos (el fuego) o más que eso (el alto riesgo del oleaje marino). En la secuencia en la casa de campo y sus alrededores se hace referencia, asimismo, a la ocurrencia de enfrentamientos por tierras, que no se explican ni se amplían, pero que dejan suelto otro dato perturbador.

La escena en el campo, la de los extramuros de la ciudad de México y la de la playa corresponden, respectivamente, al quinto, séptimo y duodécimo bloque narrativo.

– El campo semántico ciudad-naturaleza

Esta oposición pone en evidencia las amenazas que se ciernen sobre los protagonistas (Cleo y la familia), pues por un lado está la violencia soterrada o manifiesta que se experimenta en la ciudad, especialmente en la escena de la mueblería, pero también en el parto fallido de Cleo. Y, por otro, el incendio y el casi ahogamiento de los niños en Tuxpan. Es decir, hay por una parte amenazas que proceden del orden (o, más bien, del desorden) social, y por otro de la naturaleza. Sociedad y naturaleza aparecen como aliados que actúan en contra de lo que, sin ellos, se acerca a un modo ideal de existencia. Aliados involuntarios, desde luego, como que son de distinto origen los factores amenazadores o disolventes.

– Los campos semánticos patrones-empleados / habla española-habla mixteca

Agrupo las dos oposiciones en este mismo apartado porque están muy asociadas. Aún dentro de la impresión de familiaridad que transmiten las relaciones al interior de la casa, no queda la menor duda de las diferencias sociales entre quienes pertenecen al núcleo familiar y las dos empleadas, a las que por extensión podrían agregarse, fuera del contexto de la casa, Fermín y Ramón, parejas de las dos mujeres. Las funciones que tanto Cleo como Adela desempeñan, el trato que reciben de sus patrones (amable, condescendiente, compasivo o represivo) desde su posición de trabajadoras del hogar, las características físicas y el color de la piel, así como el uso de la lengua mixteca entre ellas, que delata su origen indígena de la región de Oaxaca, las sitúan en el lugar de la dependencia, de la “servidumbre”, tal como el término se utilizó durante varias generaciones en los sectores pudientes y en las capas medias de nuestros países.

– -El campo semántico desvalorización-afirmación (de la mujer)

Sin duda, una de las oposiciones de mayor calado en la propuesta de la película. Sofía es abandonada por Antonio. Cleo es abandonada por Fermín y en su caso de manera más innoble, pues es embarazada y dejada sin contemplaciones por su pareja. La experiencia de abandono revierte en una reafirmación de Sofía en su condición de mujer independiente que vende el ingrato Galaxy de Antonio y acepta el trabajo en una editorial, aun cuando no corresponda a su profesión de origen, lo que es también una señal de corte con el pasado.

En el caso de Cleo, que pierde dramáticamente al bebé, la vuelta a la familia que la acoge con cariño y la experiencia salvadora en la playa, que es un modo de transferencia materna y a la vez de cura por el dolor de una pérdida (que confiesa no haber deseado), le restituyen un equilibrio al menos provisional, pues no sabemos cuál será el futuro de Cleo en esas imágenes elípticas del final.

– El campo semántico vida-muerte

Es claro que, con todos sus matices de gris, el espacio de la casa es el de la afirmación de vida, pero no es el único, pues también es vida la que se disfruta por ratos en las caminatas por la colonia Roma y en la asistencia al cine para ver *Atrapados en el espacio*. Por allí se desliza la nostalgia que trasmite el punto de vista de la película.

Frente a esa afirmación vital se ciernen los peligros del mundo, tanto los que se convocan en el marco incierto de un contexto político deliberadamente no aclarado al interior del relato, como los que derivan de las fuerzas de la naturaleza (fuego y agua, dos de los componentes básicos en diversas visiones cosmológicas). En ellos está la representación de la muerte, real en el asesinato cometido, acechante en otros casos.

En lo que respecta a los dos últimos campos semánticos, ellos encuentran sus manifestaciones fílmicas a lo largo de todos los bloques narrativos, con mayor pertinencia en algunos de ellos. Tienen escasa importancia al respecto la obertura, el quinto y el sexto bloques.

### 5.1.3.5. El punto de vista narrativo

Un asunto crucial en la perspectiva de la narratología es la cuestión del punto de vista que puede ser entendido desde el punto de vista de la enunciación y desde el punto de vista del destinatario, el espectador en el caso de la narración fílmica.

Nos interesa destacar el punto de vista de la enunciación, el que de entrada “es en el que se coloca la cámara y se capta concretamente la realidad presentada en la pantalla... el que coincide con el ojo del emisor”. (Casetti y Di Chio, 1991, p. 232).

Un concepto unido al del punto de vista, que ya señalamos antes desde la conceptualización de Gaudreault y Jost (1995), es el de focalización, que designa “un doble movimiento de selección y de subrayado, de restricción y de valoración” (Casetti y Di Chio, 1991, p. 238).

En el caso de *Roma* podemos hacer algunas precisiones:

- El narrador (o la instancia de la enunciación para diferenciarla de la persona del director) se constituye en una suerte de “observador”, aunque en algunos casos la observación se valga de la mirada (el encuadre subjetivo) de Cleo. Por tal motivo, podemos decir que, de acuerdo a la terminología de Genette, citada por Gaudreault y Jost (1995, p. 139) y ya mencionada, la película constituye un relato de focalización cero y, parcialmente, un relato de focalización interna fija.

- La información que se va entregando va a ser de conocimiento conjunto para Cleo y otros personajes, y para los espectadores. Pero es la información que va entregando el narrador, constituido en el articulador del entramado narrativo, lo que es común en el llamado “cine de autor” y más aún el que está cargado de elementos autobiográficos, por más de que queramos desprenderlos de esa carga extradiegética excesiva que se les suele atribuir.
- La narración asume la llamada “mirada objetiva” en la que se presenta las acciones de manera directa, sin que el narrador se haga notar en forma ostensible, como sí ocurre con frecuencia en el “cine de autor o de expresión personal”. Hay, por supuesto, expresión personal, pero está un tanto neutralizada por las operaciones del lenguaje audiovisual.

¿Con qué personaje se identifica el punto de vista del enunciador? Por lo común, el rol protagónico, cuando lo hay, es el que corresponde a la principal identificación del enunciador (no la única), como ocurre de manera superlativa en los relatos de héroes y superhéroes. En *Roma* no hay héroes ni superhéroes, sino un protagonista marginal, dependiente, sin ningún brillo exterior como Cleo, y es ella el sujeto de la identificación que el desarrollo del relato y, en concreto, los encuadres van configurando, de la forma en apariencia un tanto “neutra” que la película ofrece. Pero esa identificación no afecta el rol dependiente que Cleo desempeña en la ficción del filme. Es decir, Cleo empieza como trabajadora del hogar y termina como trabajadora del hogar.

Sin duda, hay un proceso de por medio y en ese proceso ella reafirma su indispensabilidad como pieza importantísima en el núcleo familiar. Incluso,

cuando se embaraza, no se pone en duda su permanencia y la del bebé en la casa, y más adelante la abuela Teresa la acompaña a comprar la cuna. Cleo es parte indisoluble de la familia, pero con un rango inferior que se mantiene y, en cierto modo, se ratifica, en el cierre casi circular. La película termina en el lugar en que empezó, solo que cambia la perspectiva espacial: de arriba hacia abajo pasa a ser de abajo hacia arriba.

Ese cambio de perspectiva es una forma metafórica de invertir una situación inicial de “aplastamiento” a una final de “elevación”. Y no porque Cleo haya estado, según todos los indicios del comienzo, sometida o dominada por la familia. Pero, no cabe la menor duda de que el comportamiento heroico de Cleo la eleva a un lugar de aprecio y reconocimiento que inicialmente no tenía.

## **5.2. Entrevistas con especialistas mexicanos**

En este apartado comentamos las respuestas al cuestionario que se aplicó a los colegas mexicanos Eduardo de la Vega (Universidad de Guadalajara), Carlos Bonfil (Universidad Nacional Autónoma de México - UNAM), Nelson Carro (Cineteca Nacional de México), Alonso Díaz de la Vega (Crítico de cine del diario *El Universal*) y Ángel Miquel (Crítico de cine del diario *La Jornada*). Se optó por los especialistas mexicanos al considerar que la película *Roma*, que es el objeto de análisis en nuestro trabajo, procede de ese país y por tanto nadie mejor que los conocedores de ese país podían responder con la competencia debida a las preguntas formuladas.

Además, se realizó una entrevista en profundidad al profesor e investigador peruano Giancarlo Cappello, de la Universidad de Lima, con una batería de preguntas en torno a la significación de Netflix en el panorama audiovisual contemporáneo, así como las mismas preguntas hechas a los especialistas mexicanos. Las respuestas completas de los mexicanos y de Cappello se pueden leer en el anexo correspondiente.

1. A continuación se describen los aspectos más relevantes de las respuestas a las preguntas que se realizaron a los expertos mexicanos.

Pregunta a

¿Qué elementos comunes logra identificar entre las películas latinoamericanas que han ganado un Oscar (La historia oficial, El secreto de sus ojos, La mujer fantástica) y la película Roma, ¿o cree que no los hay?

En este punto no hay coincidencia, pues mientras algunos no encuentran elementos comunes, hay dos ellos que destacan la presencia de la mujer entre los tres largometrajes, y otro que lo hace con el género supuestamente afin que es el melodrama, precisando incluso que son melodramas light.

Pregunta b

¿Considera usted que el hecho de que la película Roma fuese producido por Netflix influyó en el culto cinematográfico que el filme generó desde su producción hasta



la obtención del Oscar? ¿Hubiese sido distinto si la película hubiese tenido exclusivamente una distribución en salas?

Todos coinciden en que la presencia de Netflix fue fundamental para la obtención del éxito alcanzado por la película Roma y que sin la intensa campaña publicitaria que se desplegó no se hubiera conseguido el efecto que finalmente se logró con la inmensa audiencia de la plataforma y el posterior reconocimiento de la Academia de Artes y Ciencias de Hollywood.

Pregunta c

¿Cree usted que el “efecto Roma” va a favorecer el desarrollo del cine latinoamericano en la era Netflix?

La mayoría de los entrevistados considera que se puede favorecer ese desarrollo, pero ninguno se muestra muy seguro de que eso vaya a ser algo que se haga estable y duradero. Uno de los entrevistados, en cambio, no ve posibilidades de que el “efecto Roma” favorezca el desarrollo del cine latinoamericano.

Pregunta d

Si bien las tecnologías digitales han disminuido considerablemente los costos de producción, ¿Cuáles considera usted son las razones por las que el cine latinoamericano no logra ampliar sus audiencias más allá de su propio territorio y escasamente del mercado iberoamericano?

Las respuestas coinciden en señalar que el dominio histórico y contemporáneo de la distribución norteamericana en América Latina es el factor clave para que el cine de la región no logre ampliar sus audiencias, en muchos casos ni siquiera al interior de su propio territorio. Una de las respuestas señala explícitamente que una meta a lograr, por difícil y problemática que sea, es llegar a un mayor volumen de la audiencia norteamericana,

Pregunta e

¿Cuáles fueron las reacciones del público mexicano desde el estreno hasta la obtención del Oscar?

En este caso las respuestas son variadas, aunque coinciden en que se le prestó mayor atención que al promedio de las películas mexicanas. Los entrevistados destacan el peso publicitario que levantó los valores de la película, la curiosidad que suscitó, el volumen alto de espectadores que la vieron en salas públicas y, finalmente, la enorme audiencia que lo vio por el canal Netflix. Todos indican que se trata de un caso especial.

Pregunta f

¿Cree usted que la obtención del Oscar de películas como Roma y Parásitos se inscribe en una lógica cultural en la cual la industria cinematográfica norteamericana está intentando ampliar y fidelizar nuevos públicos para sus producciones?

Todas las respuestas coinciden en que se está intentando cubrir un vacío derivado de la baja calidad en el promedio de las producciones hollywoodenses y de la competencia de Netflix y los canales de streaming. Aunque no todos coinciden en que se trata de una lógica cultural claramente diseñada, sí piensan que con ello se trata de llegar en mayor medida a otros públicos y que la diversificación que suponen esas propuestas puede producir buenos réditos.

Pregunta g

¿Cómo ve la posibilidad de que México y otros países de la región empiecen a producir canales de *streaming* propios?

Aquí las respuestas manifiestan expectativa y precaución, pues se expresa el deseo de que se establezcan canales de *streaming* propios, pero a la vez se advierten algunas dificultades para que ello ocurra.

### **5.3. Entrevista en profundidad con Giancarlo Cappello (Universidad de Lima)**

La entrevista al Profesor Cappello incluyó las mismas preguntas formuladas a los especialistas mexicanos, y agregó varias otras referidas al fenómeno constituido por Netflix y los canales de *streaming*.

Esas preguntas añadidas fueron las siguientes:

- a. ¿Considera que ha habido una evolución “natural” de la comunicación televisiva que ha derivado en el fenómeno de Netflix y el *streaming* o es la expansión digital la que explica el fenómeno?
  - b. ¿Hasta qué punto el posicionamiento de los canales de *streaming* está afectando la existencia misma del medio televisivo y cuánto más podrá hacerlo en un futuro cercano?
  - c. ¿Hasta qué punto Netflix y los canales de *streaming* afectan la producción y el espectáculo cinematográfico y cómo ve las tendencias a futuro?
4. En el caso puntual de las series, Netflix y el *streaming* están modificando los patrones más o menos establecidos?
- e. ¿Se pueden establecer diferencias notorias o significativas entre las series de Netflix y las de HBO, por ejemplo?
  - f.f. ¿Ve factible que el *streaming* puede poner en riesgo el reinado en pantallas grandes de producciones de alto presupuesto como las de la Marvel
  - g. ¿Qué cambios estamos viviendo en términos de mercado y consumo audiovisual a partir de la irrupción de Netflix?

h ¿Avala la tesis de que el poder de los canales de *streaming* es un paso más de la expansión de los conglomerados norteamericanos en esta era de la globalización?

Cappello considera que el fenómeno de Netflix proviene en buena medida de las exigencias de las propias audiencias deseosas de tener una parrilla de contenidos audiovisuales cada vez mayor a su alcance en casa y en los dispositivos digitales.

Tal como lo explica, Cappello observa que la dinámica de Netflix está obligando a las cadenas de cine y de televisión a replantear sus líneas de programación y afirma que ya no es posible que los medios audiovisuales tradicionales puedan prescindir de la competencia que significa la presencia de las nuevas plataformas.

No cree que estén en riesgo la existencia del cine y de la televisión, pero sí ve la necesidad de una renovación. Asimismo, no observa diferencias significativas en las series y películas que produce Netflix con aquellas que provienen de las empresas cinematográficas y televisivas. Asimismo, el especialista peruano avala la tesis de que Netflix y sus congéneres constituyen una manifestación del proceso de globalización, así como la formación de nuevos conglomerados en pos de conquistar los mayores mercados posibles.

En referencia a las preguntas en torno a la experiencia de la película *Roma*, Cappello coincide con sus colegas mexicanos en términos generales, lo que tiene un significado especial en la investigación, dada la perspectiva en la que se sitúa el especialista peruano, que no es la del lugar de origen de la película en cuestión,

Sin embargo, es mucho más prudente en la consideración de las posibilidades futuras de las plataformas en la región, dadas las insuficiencias económicas frente al enorme poder que ostentan Netflix y sus congéneres.

#### **5.4. Comentario de los resultados**

Los resultados del trabajo realizado se pueden subdividir en tres partes:

1) La que corresponde al marco teórico-referencial en la cual hemos explorado el proceso histórico de la evolución de las pantallas, por un lado, y de la expansión digital, por otro, y que deriva en la constatación de que Netflix y el *streaming* aparecen como una suerte de punto de convergencia tecnológica y comunicativa de ese doble proceso. Con respecto a la elaboración del marco teórico-referencial hemos aplicado el análisis documental, básicamente de los textos que han contribuido en mayor medida a destacar esos dos procesos que culminan, para efectos de nuestra investigación, en la aparición de Netflix como un canal que se “posiciona” en el espacio audiovisual desafiando el poder tradicional de las grandes cadenas de cine y televisión. Y emergiendo, asimismo, como una fuerza comunicativa que puede irradiarse en la región latinoamericana, no sólo como un canal de transmisión, que es lo que viene siendo principalmente, sino como un agente propiciador o coproductor de contenidos audiovisuales generados en nuestros países y en sus lenguas propias, el español y el portugués, pero también otras como las lenguas nativas.

La hipótesis principal se ha visto validada, considerando que estamos analizando un fenómeno en marcha y en evolución permanente, y no uno que esté ya concluido y sobre el que se tiene un mayor grado de “control”. No es así en el caso de Netflix y sus manifestaciones, pero incluso una situación coyuntural como la que se ha creado en los últimos meses con la universalización de la pandemia del Covid-19, viene a reforzar el asentamiento de la fuerza de Netflix y los canales de *streaming* ante el cierre fáctico de prácticamente todas las salas de cine del mundo. El cierre no es definitivo, desde luego, pero los alcances de Netflix se han visto enormemente potenciados.

2) La que corresponde al diseño de la metodología y al análisis puntual de la película *Roma*, como un ejemplo muy significativo de la introducción de Netflix en la producción de películas en América Latina y, para el caso concreto, en México.

En esta parte del trabajo, hemos utilizado las herramientas del análisis de contenido y, principalmente, las que ofrece la metodología semiótica y la formalista-interpretativa, representada por David Bordwell. Por un lado, se ha intentado ofrecer con cierta amplitud marcos teórico-metodológicos idóneos, en su mayor parte procedentes del activo periodo 1970-1990, que continúan siendo aquellos que nutren el análisis de contenido de los filmes en los trabajos que se siguen haciendo en los espacios académicos.

Además de presentar las bases teórico-metodológicas en las que se fundamenta el trabajo de aplicación, en esta parte de la tesis hemos situado a la película *Roma* en sus características de producción, en sus rasgos particulares y en todo aquello que

la personaliza y la diferencia de otras producciones de su país y de la región. Y hemos aplicado el análisis del relato y de los procedimientos audiovisuales, de modo de extraer de allí los principales significados propuestos por la película.

3) La que corresponde a las entrevistas. En primer lugar, la entrevista en profundidad a uno de los mayores especialistas locales en la temática de los nuevos medios audiovisuales y los procesos que están generando, y que es el profesor Giancarlo Capello, docente e investigador de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Lima. Luego, las entrevistas a cinco especialistas mexicanos, seleccionados por la razón de que la película *Roma*, como lo hemos visto extensamente, tiene director, intérpretes, escenarios y temática mexicanos. Por eso consideramos lo más apropiado dirigirnos a ellos para recibir de primera mano (o de primera voz, para ser más exactos) la versión de quienes están más cerca de lo que, aunque nos interesa por su dimensión potencialmente regional, tiene un origen localizado en el país del norte.

Los especialistas mexicanos coinciden en líneas generales en señalar la novedad que ha supuesto *Roma* como un producto (el primero en su género) lanzado por Netflix y, por cierto, el rol que le cabe a esa plataforma de *streaming* en el lanzamiento, promoción y gestión de una película que finalmente obtuvo el Óscar de la Academia a la mejor película extranjera. Con matices, coinciden asimismo en asignarle a Netflix y a los canales de transmisión de series y películas un rol más dinámico de cara a la producción latinoamericana, pero aún en una etapa inicial muy incipiente.



Capello, por su parte, y en la entrevista en profundidad, señala que Netflix está obligando a la reformulación de la existencia misma del modelo televisivo tradicional y que le está quitando zonas de contenidos audiovisuales que antes eran privativos de la televisión, no sólo en relación con las series, sino con los mismos programas de transmisión deportiva, por ejemplo.

Con relación al cine, considera que mantendrá su espacio propio, con una previsible segmentación de espectadores. Vislumbra una oferta de superproducciones, de grandes espectáculos mayor de la que existe ahora en el espacio de los multicines, mientras que otros géneros se irán incrementando en los predios del *streaming*.

Capello es enfático al señalar que en América Latina no existen actualmente las condiciones para la generación de canales de *streaming* propios y de que, en tal sentido, el poder de Netflix y de otras cadenas con presencia en el *streaming* está excluyendo prácticamente a la producción latinoamericana, a no ser que la incorporen dentro de su parrilla de programación, como ocurre con la serie *Narcos* o con la película *Roma*. Fuera de esa dependencia, Capello no vislumbra otra posibilidad realista para un desarrollo autónomo de la producción en la región.

## **5.5. Validación de las hipótesis**

El desarrollo del trabajo ha permitido constatar que, en efecto, asistimos a una etapa del desarrollo tecnológico y comunicativo del espacio audiovisual en la que se está presentando un notorio desplazamiento de los contenidos audiovisuales de los medios tradicionales (cine y televisión) a las plataformas digitales. Ese

desplazamiento ha sido liderado por el canal de *streaming* Netflix y secundado por un número creciente de plataformas, mayormente norteamericanas.

Con el desplazamiento producido tanto la televisión como el cine se ven presionados, no necesariamente a reinventarse, pero si a adecuarse a los desafíos de las plataformas del *streaming*, especialmente en lo que se refiere a la elaboración de películas de largometraje y de las series. El efecto mayor alcanza especialmente a la televisión, pues la pantalla televisiva, antes exclusiva para la emisión de programas de los canales de señal abierta y de cable, se ha abierto a los canales del *streaming*: YouTube, Netflix, Amazon y varios otros. Todo eso significa la incorporación del caballo de Troya en la antes llamada chica. En cambio, el cine mantiene sus fueros centrales en las salas, en las que la señal digital de las plataformas no ha ingresado, ni es previsible que ingrese al menos en el medio plazo. Sin embargo, la oferta creciente de los canales de *streaming* está afectando también el consumo en salas.

La hipótesis central, entonces, se ve ampliamente validada tanto en el desarrollo del marco teórico-referencial como en las respuestas emitidas por el especialista peruano Giancarlo Capello. El cine y la televisión no van a desaparecer, pero no van a seguir teniendo la preeminencia que tuvieron hasta hace pocos años y se irán acomodando a los cambios que se presenten.

Las hipótesis secundarias, en cambio, no han sido validadas en la misma dimensión, por una razón muy comprensible: América Latina no cuenta todavía con las condiciones para desarrollar sus propios canales y seguimos siendo campos

propicios para la difusión de programas y contenidos emitidos por los canales de *streaming* norteamericanos, españoles o, eventualmente, de otros países de Europa u otros continentes. La experiencia de la película *Roma*, por su parte, es una experiencia pionera y, aun cuando ha demostrado que se puede ofrecer una propuesta narrativa relativamente novedosa y con reconocimientos internacionales, aún es prematuro predecir qué es lo que pueda ocurrir más adelante si es que la producción propia de los países de la región llega a despegar.

## CAPÍTULO 5: DISCUSIÓN

Los resultados de la investigación cumplen con los objetivos y las hipótesis formulados. Si seguimos el expediente de las técnicas utilizadas, podemos corroborarlo en cada una de ellas. Es decir, podemos confrontar la utilización de las técnicas con relación a los resultados obtenidos. Procedamos a hacer esa confrontación.

1) En cuanto al marco teórico: en primer lugar, siguiendo el orden de los principales aportes en los que hemos fundamentado nuestra aproximación, hemos podido confirmar la tesis sostenida por Gilles Lipovetsky y Jean Serroy (2009) que postulan la idea de la pantalla global, de una suerte de superpantalla, que no es una única pantalla, sino una multiplicidad de ellas. Pero hoy esa pantalla global tiene uno de sus epicentros en las que transmiten las señales audiovisuales de los canales de *streaming* y, en concreto de Netflix. Si bien los autores no pormenorizan en las características del *streaming* sus observaciones son plenamente válidas para dar cuerpo al marco audiovisual en el que sostiene un fenómeno como el de las transmisiones de este nuevo polo de la comunicación. Por su parte, el utilísimo recorrido histórico que efectúa Israel Márquez (2015) por la evolución de las pantallas encuentra un punto de culminación, al menos temporal, en el

protagonismo de un canal que se vale de diversas pantallas, de ese auge de la *pantallización*, que menciona Román Gubern (2017).

Junto con Lipovetsky, el profesor de la Universidad de Nueva York Lev Manovich (2005) es otra figura capital en el establecimiento de las bases teóricas para la comprensión de lo que está ocurriendo en el espacio de la comunicación audiovisual y los nuevos medios. Con un conocimiento impresionante de la tecnología audiovisual, del desarrollo de sus contenidos y con una capacidad de análisis e interpretación difícilmente hallable en el horizonte teórico contemporáneo de los medios, Manovich (2005) no puede estar ausente de cualquier estudio que quiera dar luces sobre el fenómeno del *streaming*. El aporte del teórico Alessandro Baricco (2019) es inconmensurable, pues se trata de los autores contemporáneos con una de las visiones más penetrantes en la dinámica de los procesos audiovisuales. Nos ha proporcionado, de una forma mucho más precisa que los manuales al uso, los avances de esa revolución digital que ha cambiado al mundo de la comunicación y al mundo en su conjunto, como lo podemos apreciar en estos días en que el azote del Covid-19 y el aislamiento social han potenciado el instrumental digital a través de internet de un modo cuyo alcance solo se podrá apreciar con mayor claridad una vez que se cuente con una cierta distancia temporal que permita calibrar las cosas. Baricco (2019) no trata el fenómeno de Netflix y del *streaming*, y se siente esa falta, pues hubiese proporcionado con seguridad un caudal de observaciones de enorme validez para nuestro trabajo. Aun así, sin sus explicaciones y su esquema de evolución del proceso de expansión digital, nuestro panorama se hubiese visto un tanto recortado. No tengo la menor duda de que en cualquier momento la mirada de Baricco (2019) apuntará al

universo del *streaming*, pero eso corresponderá a un más allá de este trabajo, de uno que podría insertarse en una eventual tesis de Doctorado. Si bien la francesa Capucine Cousin (2018), se concentra en su libro *NETFLIX & Cie.* específicamente en el fenómeno que abordamos y entrega valiosa información, tiene un sesgo más periodístico que científico. No se le puede pedir más de lo que ofrece, pero sí señalar sus limitaciones frente a un trabajo de carácter académico. Si hemos hecho uso de este libro es porque, como lo adelantamos al inicio, la investigación sobre Netflix se encuentra en su etapa inicial y no abundan los estudios amplios y comprensivos, de manera que hay que recurrir al material existente y en tal sentido la utilidad del libro de Cousin es innegable. El español Toni de la Torre (2016) y el peruano Giancarlo Capello (2015) no se concentran en el fenómeno, aunque lo mencionan, pero sí en uno de los capítulos más prominentes del universo de Netflix que son las series. De la Torre hace una valiosa historia de las series en su paso por el cine y la televisión hasta llegar al cable (especialmente HBO) y al *streaming*, mientras que Capello se aboca a los mecanismos narrativos de las series que han tenido la mayor repercusión, entre ellas *House of Cards* (2013), uno de los productos más conocidos de la fábrica Netflix.

Román Gubern viene investigando en el cine, la televisión y los nuevos medios audiovisuales desde los años setenta y es tal vez el autor en lengua española que mayor producción textual tiene en torno a esos temas. Las ideas de Gubern (2017) sobre la creciente iconización del espacio comunicativo, del arraigo de las ficciones individualizadas o serializadas en el cine y la televisión y la búsqueda de horizontes cada vez más expandidos para la difusión y consumo de esas ficciones, proporcionan un caudal informativo y explicativo inagotable.

En América Latina hay dos especialistas especialmente destacados a los que hemos recurrido. Uno es el brasileño Arlindo Machado (2000) y el otro el argentino Jorge La Ferla (2009), que han estudiado más que otros en nuestra región el cambiante espacio de una tecnología y un haz de medios de comunicación de un dinamismo superior al de otras tecnologías y ámbitos de la realidad social.

2) En cuanto a la metodología y al análisis aplicados. En este gran rubro hemos apelado a los teóricos y metodólogos que han aportado el instrumental para el análisis de contenido aplicado en esta investigación. Un amplio grupo proviene de las canteras de la semiología cuyas fuentes abrevan en el trabajo del lingüista francés Ferdinand de Saussure, y de manera más próxima en la semiótica estructuralista promovida por Roland Barthes (2011), Algirdas Julien Greimas (1987), Tzvetan Todorov (2017), Gerard Genette (1989) y otros. Sobre ellos, en mayor o medida, influyen los aportes del psicoanalista Jacques Lacan, el antropólogo Claude Levi-Strauss, los filósofos Michel Foucault y Louis Althusser, entre otros. Estos autores de nacionalidad o formación francesa son los que han modelado las prácticas del análisis de contenido de los textos, básicamente impresos, es decir, de lo que denominan el discurso textual. Pero sus esquemas de análisis e interpretación han sido aplicados en el campo del cine, o con la flexibilidad metodológica que exhibe Gilles Deleuze (año), a quien no hemos recurrido en esta ocasión, o con el mayor rigor al que apelan Jacques Aumont y Michel Marie (1990), Andre Gaudreault y Jost (1995) o Christian Metz (1971, 1972, 2001), el teórico que inició los estudios semióticos del cine, pero que no culminó su trabajo con una metodología de análisis que pudiera cubrir todo el universo del filme. En cambio,

los otros sí proporcionan al menos pautas metodológicas para el análisis de contenido de los filmes.

Ese arsenal de recursos proporcionado por los analistas franceses a los que se suman los que ofrecen los italianos Francesco Casetti y Federico Di Chio (1991), que están básicamente en la línea de sus colegas del país vecino, nos ha servido para el análisis del relato de la película *Roma*. A ese soporte, se ha unido el que proviene de la “línea norteamericana”, la que han desarrollado especialmente el profesor de la universidad de Wisconsin David Bordwell y su equipo (1995 1996 1997), y que aportan sobre todo a lo que yo llamaría un mayor equilibrio entre las referencias a los componentes narrativos y a los procedimientos específicamente cinematográficos (el encuadre, los planos, los movimientos de cámara, la actuación, la iluminación, el color...) No quiero decir con ello que los analistas de lengua francesa o italiana prescindan de los componentes audiovisuales, pues ciertamente no lo hacen, pero sí se mueven en una tenue frontera en la que parece primar una búsqueda de la interpretación a partir básicamente del entramado narrativo, en la línea de los análisis de Greimas (1987) o de Genette (1989).

Otra observación que cabe hacer a los métodos de análisis con base en la semiótica estructural es una cierta rigidez metodológica. En la búsqueda de una comprensión científica del funcionamiento de las películas, elaboran una terminología y un conjunto de operaciones analíticas que tienden a ser muy recargadas y a veces un tanto abstrusas, con lo cual se puede sentir que el método termina siendo más importante que el objeto. En cambio, desde mi perspectiva, el método no debe imponerse sobre el objeto estudiado, sino adecuarse a los “desafíos del objeto”



para tratar de esclarecerlos de la mejor manera posible. En ese sentido encuentro más útil el aporte de Bordwell y su grupo que, dicho sea de paso, no es que pasen por alto ni mucho menos a sus colegas del otro lado del Atlántico, pero los incorporan en una propuesta analítica un poco más abierta a las variaciones que ofrecen los textos cinematográficos. Eso es lo que hemos querido hacer con el análisis de la película *Roma*: verla en su especificidad, en su carácter de obra única, más allá que para lograr ese cometido nos hayamos valido del instrumental de los autores de uno y otro continente que nos han servido de base.

En cuanto a las entrevistas. Las respuestas de los colegas mexicanos son relativamente coincidentes en lo que se refiere a la caracterización de la película *Roma* y al respaldo que supuso Netflix para su difusión, internacionalización y obtención del Óscar a la mejor película extranjera del 2018. Igualmente, coinciden en la prudencia de considerar que con *Roma* se abren posibilidades para la producción y difusión de películas mexicanas y de otros países latinoamericanos en las plataformas de Netflix y el *streaming*. Entre ellos, Alonso Díaz de la Vega es el más escéptico al respecto. Por otro lado, no afirma que se puedan crear canales propios en México y otros países de la región, salvo Ángel Miquel, que es el más optimista al respecto. En cambio, Nelson Carro y Eduardo de la Vega tienen una visión poco alentadora al respecto. Prima la idea de que México y América Latina están siendo incorporados como temas y escenarios para las producciones de Netflix y otras plataformas, pero que no se está alentando realmente la producción local en ninguno de nuestros países.

En las respuestas se trasmite con fuerza la idea del enorme abismo existente entre el poderoso vecino norteamericano con el conjunto de la comunidad regional hispano y luso hablante. Por tanto, la complejidad para afrontar, no digamos la competencia, sino una mínima participación en un mercado tan desafiante como el que suponen las nuevas plataformas. De cualquier modo, se deja notar que el caso de *Roma* es una novedad auspiciosa y que, si bien nada asegura una continuación, por lo menos se abre una puerta hasta ese momento inexistente.

Las respuestas del peruano Giancarlo Capello se inscriben en la línea de las que sostienen los mexicanos Díaz de la Vega, Carro y Eduardo de la Vega, pues no admite la posibilidad de que, incluso, grupos mediáticos tan fuertes como Televisa, de México, Caracol, de Colombia, Clarín, de Argentina, o Globo, de Brasil, estén en condiciones de instalar plataformas de *streaming*, a no ser que cuenten con poderosos capitales asociados que, seguramente, provendrían en buena medida de las grandes empresas que administran Netflix y las otras plataformas mediáticas (Amazon, Hulu, Disney, etcétera).

Los especialistas entrevistados coinciden en destacar que la participación de Netflix ha sido decisiva en el lanzamiento de una producción como *Roma*, que no contaba con actores conocidos ni narraba una historia a la manera tradicional. Igualmente, coinciden en la consideración del impulso logrado por Netflix y, en menor medida, otros canales del *streaming*. Sin embargo, hay diferencias en las apreciaciones del efecto que la producción de *Roma* pueda generar en otras posibles películas mexicanas o latinoamericanas, pues para algunos no se trata necesariamente de un hito, mientras que otros le atribuyen mayor importancia. Asimismo, no hay

coincidencia entre ellos en la posible apertura de canales de *streaming* latinoamericanos, ya que para unos es una posibilidad cercana y para otros no lo es. De cualquier modo, todos coinciden en mayor o menor medida en que el predominio norteamericano sigue siendo el que termina imponiéndose en la actual coyuntura y que Netflix, ciertamente, es un avance considerable en ese proceso.

## CONCLUSIONES

Las principales conclusiones que podemos extraer de la investigación realizada, son las siguientes:

- 1) Netflix es el resultado de un proceso histórico en el que confluyen la evolución tecnológica y la dinámica del mercado de la comunicación audiovisual.
- 2) La evolución de las pantallas, el desarrollo de las películas de largometrajes y las series en la industria del cine y de la televisión, y la expansión digital han derivado en el surgimiento del *streaming* como la modalidad de avanzada en el lanzamiento de series y películas.
- 3) Con Netflix se fortalece el predominio que Estados Unidos ejerce en el campo de la comunicación audiovisual a nivel internacional.
- 4) Con los avances impulsados por Netflix y otros canales de *streaming*, la televisión se está viendo fuertemente sacudida, tanto la de señal abierta como la del cable, pues las nuevas plataformas están cubriendo parte de los contenidos que la televisión tradicional y de cable han venido proporcionando.
- 5) También la industria cinematográfica se encuentra afectada por las nuevas plataformas, pues la amplitud y variedad de la oferta para ser recibida en los televisores, computadoras personales, celulares y otros dispositivos de uso personal, puede ir restringiendo el hábito de ver películas en salas públicas. De

hecho, la industria cinematográfica, y la televisiva, están tratando de diseñar nuevas estrategias frente a la ofensiva de Netflix y sus congéneres.

- 6) La película mexicana *Roma*, una coproducción entre la empresa mexicana de Alfonso Cuarón y Netflix constituye no sólo la introducción de la poderosa empresa del *streaming* en el largometraje de la región (ya lo venía haciendo con las series), sino un rotundo éxito, pues la película logró tener un gran reconocimiento y, entre otras distinciones, ganó el Óscar a la mejor película en lengua no inglesa en la ceremonia de la Academia de Artes y Ciencias de Hollywood del 2019 en la que se premiaron las mejores películas del año 2018.
- 7) *Roma* es una propuesta relativamente novedosa desde el punto de vista narrativo y audiovisual creada para el espacio de la pantalla informática, y manteniendo los rasgos de una película realizada con los criterios promovidos por los festivales especializados y las salas de cine arte.
- 8) El éxito logrado por *Roma*, tanto en su difusión como en su reconocimiento, abre vías promisorias, aunque todavía inciertas, para el futuro de una producción mexicana y latinoamericana por los conductos de las nuevas tecnologías.

## RECOMENDACIONES

Una comprobación que se desprende de la búsqueda de materiales de lectura en torno a los temas que han sido materia de la investigación es la escasa producción teórica y metodológica generada desde nuestra región. Como si a América Latina no le correspondiera la producción de teoría y de instrumentos metodológicos, en este caso sobre la comunicación social y, de manera más puntual, la audiovisual. A partir de esa comprobación que, por cierto, no excluye que existan autores que vienen aportando en el camino de la investigación teórica y metodológica -como Jesús Martín Barbero, Néstor García Canclini, Arlindo Machado, Ismail Xavier, Jorge La Ferla y otros-, hago las siguientes recomendaciones.

- 1) Que las universidades peruanas -empezando por casa, la USMP-. Fomenten en forma más intensiva la producción conceptual, la creación de instrumentos metodológicos y las investigaciones en el campo de la comunicación social en general y, dentro de ella, la comunicación audiovisual.
- 2) Que se indague con mayor extensión y profundidad en los cambios que se están generando a partir de la instalación de Netflix y los canales de *streaming* como

puntales de los nuevos modos de producir, difundir y consumir los mensajes audiovisuales.

- 3) Que, eventualmente, se considere la opción de abrir una Maestría abocada al campo de la Imagen Audiovisual y la Comunicación Multimedia, que sería de enorme utilidad y que podría contar con un volumen considerable de interesados, sin menoscabo de que continúe la Maestría de Periodismo y Comunicación Multimedia, de cuyo ampliamente satisfactorio nivel académico puedo dar constancia.

## REFERENCIAS

- Alcántara, M., y Mariani, S. (2015). *La política va al cine*. Lima: Universidad del Pacífico.
- Arco Martín, R. (2010). *La lógica de la excepción cultural. Entre la geoeconomía y la diversidad cultural*. Madrid: Cátedra
- Augros, J. (2000). *El dinero de Hollywood. Financiación, producción, distribución y nuevos mercados*. Barcelona: Paidós.
- Aumont, J., y Marie, M. (1990). *Análisis del film*. Barcelona: Paidós
- Aumont, J., Bergala, A., Marie, M., y Vernet, M. (1985). *Estética del Cine. Espacio fílmico, montaje, narración, lenguaje*. Barcelona: Paidós.
- Balló, J., y Pérez, X. (2005) *Yo ya he estado aquí. Ficciones de la repetición*. Barcelona: Anagrama
- Baricco, A. (2019) *The Game*, Barcelona; Anagrama.
- Barthes, R. (2011). *Ensayos críticos*. Barcelona: Seix Barral.
- Baudry, J. L. (1975). Le dispositif: approches metapsychologiques de l'impression de réalité. Revista *Communications*, (23), pp. 56-72.
- Bedoya, R., y León Frías, I. (2011) *Ojos bien abiertos. El lenguaje de las imágenes en movimiento*. Universidad de Lima.
- Blanco, D. (2003). *Semiótica del texto fílmico*. Universidad de Lima.



- Bordwell, D. (1995) *El significado del film. Inferencia y retórica en la interpretación cinematográfica*. Barcelona: Paidós.
- Bordwell, D. (1996). *La narración en el cine de ficción*. Barcelona: Paidós.
- Bordwell, D., y Thompson, K. (1995) *El arte cinematográfico. Una introducción*.  
Barcelona: Paidós.
- Bordwell, D., Steiger, J., y Thompson, K., (1997). *El cine clásico de Hollywood. Estilo cinematográfico y modo de producción hasta 1960*. Barcelona: Paidós
- Capello, G. (2015). *Una ficción desbordada. Narrativa y teleseries*. Universidad de Lima.
- Cascajosa, C. (2006). No es televisión, es HBO. La búsqueda de la diferencia como indicador de calidad en los dramas del canal HBO. *ZER. Revista de Estudios de Comunicación*, (21), p. 23-33.
- Casetti, F. (1994). *Teorías del Cine 1945-1990*. Madrid: Cátedra.
- Casetti, F., y Di Chio, F. (1991). *Cómo analizar un film*. Barcelona: Paidós.
- Castro, A. (2018). Las redes sociales, las nuevas pantallas y el cine. *Revista Ventana Indiscreta* (19), pp. 4-9.
- Comolli, J. L., y Sorrel, V. (2016). *Cine, modo de empleo. De lo fotoquímico a lo digital*, Buenos Aires: Manantial.
- Cornejo, Stewart, J. (2016). *El caso Netflix 2012-2015. Nuevas formas de pensar la producción, distribución y consumo de series dramáticas* (tesis doctoral) para la Universitat Ramon Llull, Barcelona, España.
- Cousin, C. (2018). *NETFLIX & Cie. Les coulisses d'une (r)evolution*, Paris: Armand Colin.
- De la Torre, T. (2016). *Historia de las series*. Barcelona: Roca Editorial
- García Jiménez, J. (1996). *Narrativa audiovisual*, Madrid: Cátedra.

- Gaudrealt, A., y Jost, F. (1995). *El relato cinematográfico. Cine y Narratología*.  
Barcelona: Paidós.
- Genette, G. (1989). *Palimpsestos: La literatura en segundo grado*. Madrid: Taurus.
- Gibson, W. (1984). *Neuromante*. Estados Unidos: Ace Books.
- Francisco Gómez Tarín. (2006). *Discursos de la Ausencia. Elipsis y fuera de campo en el texto fílmico*. Valencia: Ediciones de la filmoteca.
- Carlos Gómez Uribe y Neil Hunt. (2015). *El sistema de recomendaciones de Netflix: algoritmos, valor comercial e innovación*. ACM Digital Library.
- Greimas, A. J. (1987). *Semántica estructural*. Madrid: Editorial Gredos.
- Gubern, R. (1987) *La mirada opulenta. Exploración de la iconósfera contemporánea*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.
- Gubern, R. (1992) *Exploración de la iconósfera contemporánea* (1992);
- Gubern, R. (1996) *Del bisonte a la realidad virtual. La escena y el laberinto*.  
Barcelona: Anagrama.
- Gubern, R. (2010) *Metamorfosis de la lectura*. Barcelona: Anagrama.
- Gubern, R. (2013). *Cultura Audiovisual*, Madrid: Cátedra.
- Gubern, R. (2017) *Dialectos de la Imagen*, Madrid: Cátedra
- Habermas, J. (1999). *Teoría de la acción comunicativa. Racionalidad de la acción*  
(Vol. 1). Madrid: Taurus
- Heredia Ruiz, V. (2017). Revolución Netflix: desafíos para la industria audiovisual.  
*Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, (135), pp. 275-295.
- Imbert, G. (2019). *Crisis de valores en el cine posmoderno*. Madrid: Cátedra.
- Jenner, M. (2018). *Netflix & the Reinvention of Television*. Nueva York: Palgrave  
Mc Millan.

- Kogan, L., Pérez Recalde, G., y Villa Palomino, J. (2017). *El Perú desde el cine: Plano contraplano*. Lima: Universidad del Pacífico.
- Krauze, Enrique (14 de diciembre del 2018) Roma, una historia de amor y servidumbre. *The New York Times*. Recuperado de <https://www.nytimes.com/es/2018/12/14/espanol/opinion/opinion-roma-cuaron-krauze.html>
- Kristeva, J. (1984). *El texto de la novela*. Barcelona: Lumen.
- Lacan, J. (1971). *Escritos 1 y 2*. Buenos Aires: Siglo XXI Editores.
- La Ferla, Jorge y Reynal, Sofía (comps.). (2012). *Territorios Audiovisuales: cine, video, televisión, instalación, documental, nuevas tecnologías, paisajes mediáticos*. Buenos Aires: Librería.
- La Ferla, J. (2009). *Cine (y) digital. Aproximaciones a posibles convergencias entre el cinematógrafo y la computadora*. Buenos Aires: Manantial.
- Larson Guerra, S. (2012). *Pensar el sonido. Una introducción a la teoría y la práctica del lenguaje sonoro cinematográfico*. Universidad Nacional Autónoma de México.
- León, I. *Más allá de las lágrimas. Espacios habitables en el cine clásico de México y Argentina*. Universidad de Lima.
- Lipovetsky, G., y Serroy, J. (2009). *La pantalla global. Cultura mediática y cine en la era hipermoderna*. Barcelona: Anagrama.
- López-Pumarejo, T. (1987). *Aproximación a la telenovela*. Madrid: Cátedra
- Machado, A. (2000). *El paisaje mediático. Sobre el desafío de las poéticas tecnológicas*. Buenos Aires: Libros del Rojas.
- Manovich, L. (2005). *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación. La imagen en la era digital*. Barcelona: Paidós.

- Márquez, I. (2015) *Una genealogía de la pantalla. Del cine al teléfono móvil*.  
Brcelona: Anagrama
- McCord, P. (Jan/Feb 2014). How Netflix reinvented H.R. *Harvard Business Review*,  
92(1-2).
- McDonald, K., y Smith-Rowsey, D. (2016). *The Netflix Effect: Technology and  
Entertainment in the 21st Century*. Londres: Boomsbury Academic.
- Martel, F. (2011). *Cultura Mainstream. Cómo nacen los fenómenos de masas*.  
México: Taurus.
- Martín-Barbero, J. (1987) *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura  
y hegemonía*. Barcelona: Ediciones Gustavo Gili.
- Martínez, M. (2003). Definiciones del concepto campo en semántica: antes y  
después de la *lexemática* de E. Coseriu. *Revista Odisea*, (3), pp. 101-130.
- Metz, C. (1971) *Langage et cinéma*. Paris: Larousse.
- Metz, C. (1972). *Ensayos sobre la significación en el cine*. Buenos Aires: Tiempo  
Contemporáneo.
- Metz, C. (1973). *Lenguaje y cine*. Barcelona: Editorial Planeta
- Metz, C. (2001). *El significante imaginario. Psicoanálisis y cine*. Barcelona: Paidós.
- Muñoz Fernández, H. (2017). *Posnarrativo. El cine más allá de la narración*.  
Santander: Ediciones Shangrila
- Odin, R. (1990). La entrée du spectateur dans la fiction. En Aumont, *et. al.*, *La  
théorie du film*. Paris: Albatros.
- Ojer, T., y Capapé, E. (2012) Nuevos modelos de negocio en la distribución de  
contenidos audiovisuales: el caso de Netflix. *Revista Comunicación*, 1(10),  
pp. 187-200.

- O'Neill de la Fuente, C. (2013). *El derecho va al cine. Intersecciones entre la visión artística y la visión jurídica de los problemas sociales*. Lima: Universidad del Pacífico.
- Pásara, L. (2019). *La justicia en la pantalla. Un reflejo de jueces y tribunales en cine y televisión*. Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Paz, O. (2015). *El laberinto de la soledad*. Madrid: Cátedra.
- Pinel, V. (2009). *Los géneros cinematográficos. Géneros, escuelas, movimientos y corrientes en el cine*. Barcelona: Editorial Ma Non Troppo.
- Propp, V. (1998). *Morfología del cuento*. Madrid: Akal.
- Quintana, Á. (2020). Mutantes formas de ver. *Caimán, Cuadernos de Cine* (90), pp. 45-47.
- Riambau, E., y Torreiro, C. (1996). *Historia General del Cine*, (vol. VIII). Madrid: Cátedra
- Riambau, E. (2011). *Hollywood en la Era Digital. De Jurassic Park a Avatar*, Madrid: Cátedra
- Siri, L. (Enero/junio 2016). El rol de Netflix en el ecosistema de medios y telecomunicaciones: ¿el fin de la televisión y el cine? *Hipertextos*, 4(5), pp. 47-109.
- Smith, M. D., y Rahul, T. (2016) *Streaming, Sharing, Stealing. Big Data and the Future of the Entertainment*. Cambridge: MIT Press.
- Stam, R., Burgoyne, R., y Flitterman-Lewis, S. (1999). *Nuevos conceptos de teoría del cine. Estructuralismo, semiótica, narratología, psicoanálisis, intertextualidad*. Barcelona: Paidós.
- Stam, R. (2001). *Teorías del cine. Una introducción*. Barcelona: Paidós.

Stam, R. y Shohat, E. (2002). *Multiculturalismo, cine y medios de comunicación. Crítica del pensamiento eurocéntrico*. Barcelona: Paidós.

Swartz, C. S. (2005). *Understanding Digital Cinema. A Professional Handbook*. Boston: Focal Press.

Todorov, T. (2017). *Introducción a la literatura fantástica*. Madrid: Coyoacán.

Ubilluz, J. C. (2012). *La pantalla detrás del mundo. Las ficciones fundamentales de Hollywood*. Lima: Universidad del Pacífico.

Vanoye, F. (1996). *Guiones modelo y modelos de guion. Argumentos clásicos y modernos en el cine*. Barcelona: Paidós.

Xavier, I. (2008). *El discurso cinematográfico. La opacidad y la transparencia*. Buenos Aires: Ediciones Manantial.

Zunzunegui, S. (1995) *Pensar la imagen*. Madrid: Cátedra.

Zunzunegui, S. (1996). *La mirada cercana. Microanálisis fílmico*. Barcelona: Paidós Ibérica.

## ANEXOS

### ANEXO 1: PROPUESTA DE INVESTIGACIÓN Y LOS INSTRUMENTOS

#### La propuesta de investigación

##### Breve fundamentación

Hemos elegido para la elaboración de la Tesis un objeto de estudio de enorme actualidad: las plataformas de Internet que ofrecen una gran variedad de contenidos audiovisuales, especialmente series y películas. Estas plataformas, con pocos años de iniciadas, han alcanzado ya una presencia considerable, sobre todo la que empieza con lo que algunos llaman la revolución del *streaming*: la que pone en marcha la empresa Netflix. El término inglés *streaming* no tiene aún un equivalente preciso en español y es posible que no llegue a tenerlo, dado el aumento creciente de vocablos de origen inglés que proceden en su mayor parte de las nuevas tecnologías y que se van incorporando a los usos de la lengua común. Los intentos de traducción no han sido muy afortunados, pues lo más cercano es transmisión, emisión o descarga, y también, retransmisión en directo o en continuo.

De cualquier manera, y en la etapa de auge de la tecnología digital que se experimenta, los canales de transmisión directa que operan por la vía digital se han convertido en serios desafiantes de los medios audiovisuales sólidamente establecidos, uno desde hace más de 120 años, el cine, y el otro desde hace 70, la televisión.

Entonces, nos interesa explorar cuáles son los procesos que han conducido a la aparición de Netflix y otros canales similares. En este caso, los procesos tecnológico-comunicativos, sin que eso signifique que los asuntos económicos o aquellos que conciernen a los usuarios no sean relevantes. Pero, intentando situarnos en el campo de lo más estrictamente comunicacional, optamos por destacar las posibilidades de los canales de *streaming* y, en especial, de Netflix, como productores y difusores de contenidos audiovisuales. Para acotar algo más, nuestro trabajo se centra en las películas de largometraje, es decir, aquellas que han constituido históricamente el centro de gravedad de la producción cinematográfica, aunque luego encontraran también vías de difusión en la televisión de señal abierta, en la televisión por cable, en el video analógico y, luego, digital. Justamente, la aparición de Netflix ha venido a cuestionar seriamente el rol casi

exclusivo que el cine, la televisión y sus derivados venían desempeñando en el espacio del audiovisual.

El trabajo no se limita a situar los antecedentes y el lugar expectante que está ocupando Netflix y la amenaza que significa para las industrias del cine y de la televisión, pues nos interesa también ubicar a Netflix, como el canal que lidera esta corriente de reciente data, en el ámbito de la producción audiovisual latinoamericana. Es por eso que hemos escogido el largometraje mexicano *Roma*, coproducido y difundido por Netflix como el objeto muestral de la investigación, ya que se trata del primer largometraje grabado en un país latinoamericano y en español en ser lanzado por el espacio de la transmisión directa por la vía informática a cargo de Netflix. Más aún, se trata de una película que ha obtenido reconocimientos y en la cual Netflix está asentando parte de su prestigio. *Roma* obtuvo el Oscar del año 2018 a la mejor película en lengua extranjera y ese hasta hoy es el mejor aval en términos de distinciones obtenidas por un canal de *streaming*.

Netflix y *Roma* son, en resumen, la materia de nuestra Tesis para optar la Maestría en Periodismo y Comunicación Multimedia.

## **I. Marco teórico-referencial**

A estas alturas del avance de los canales de *streaming*, es aún escasa la bibliografía acerca de lo que significa Netflix, de sus características o de sus efectos. Algo se ha venido publicando en libros en Estados Unidos, Inglaterra o Francia, parte de los cuales reseñamos o citamos en el trabajo, pero prácticamente no se ha publicado nada en español en libros. Por cierto, sí hay muchos artículos o ponencias aquí y allá, y hemos intentado revisar al menos los que cuentan con mayor, digamos, respetabilidad académica.

Pero nuestro trabajo aspira, más que a dar cuenta del estado de la cuestión en materia de producción bibliográfica sobre el fenómeno de Netflix, a situarlo en una perspectiva histórica, a ubicarlo como la punta de lanza de una nueva etapa de la comunicación audiovisual. Para ello, hemos revisado de manera ciertamente no exhaustiva los procesos tecnológico-comunicativos que consideramos medulares en la génesis de los canales de transmisión directa por la vía informática. Estos procesos son, principalmente, los dos siguientes:

- 1) La evolución de las pantallas o plataformas audiovisuales con especial atención al rubro de películas y series

Con la invención del cinematógrafo en 1895 se inicia lo que Román Gubern ha llamado la pantallización de la comunicación. Ese invento hace posible por primera vez la exhibición de imágenes en movimiento proyectadas en una tela blanca que más adelante se convierte en el *écran* propio de las salas de proyección. La televisión trae consigo otra pantalla que se ubica en el espacio casero. Mientras tanto, las pantallas de cine se van transformando conjuntamente con los cambios tecnológicos propios de ese medio. A lo largo del siglo XX las películas de largometraje y, en menor medida, las series corren por las pantallas. En la televisión convertida en masiva hacia 1950, aunque todavía no en todas partes, la figura



se invierte: predominan las series sobre los largometrajes que, además, provienen principalmente del medio cinematográfico. La difusión de la televisión por cable es el anticipo aun específicamente televisivo que se adelanta a Netflix, que ya no es de origen televisivo, aunque encuentre en la pantalla de televisión uno de sus principales espacios de exhibición.

Más bien, Netflix y los canales de *streaming* surgen cuando las pantallas se diversifican en las computadoras personales, los celulares y otros dispositivos digitales. La pantallización en su mayor expresión.

Para esta parte del trabajo, las fuentes teóricas han sido de modo prominente los franceses Gilles Lipovetsky, Jean Serroy y Frederique Martel, el norteamericano de origen ruso Lev Manovich, los españoles Román Gubern, Israel Vázquez y Toni de la Torre, y el peruano Giancarlo Cappello, todos ellos estudiosos de lo que Gubern denomina la “iconósfera contemporánea” y la evolución de los nuevos medios en el contexto de la globalización económica y tecnológica.

## 2. La expansión digital y la irrupción de Netflix y los canales de *streaming*

Por sí sola la evolución de las pantallas y la dinámica de las series y las películas no hubiesen derivado en los canales del *streaming* de no mediar la revolución digital que tanta importancia tiene, especialmente en los terrenos de la información, el conocimiento y la comunicación social.

La revolución no se ha producido de la noche a la mañana, sino que se ha ido gestando a lo largo de varios lustros para perfilarse en la última década del siglo pasado como un instrumento indispensable que permitió el auge de las computadoras personales, con todas las funciones y aplicaciones que se han ido incorporando, las transformaciones de las cámaras fotográficas, cinematográficas y televisivas, conjuntamente con el sacudón y en algunos casos virtual desaparición de los soportes analógicos hasta los años noventa dominantes en los medios de comunicación.

La convergencia de las pantallas y el soporte digital está en la base del *streaming* y la versatilidad que el nuevo medio posee ha puesto en jaque seriamente, si no la sobrevivencia, sí la aparente solidez que hasta hace poco lucían las industrias televisivas y cinematográficas. Netflix ha entrado a tallar, y con fuerza, en el área que parecía propia de esos medios: las series y las películas de largometrajes, y no solo en ellas. Primero como difusores de materiales que no eran propios, pero ahora también como productores muy favorecidos por la altísima cantidad de suscriptores que poseen, especialmente Netflix. También en los documentales de diversas líneas y modalidades y en otros contenidos audiovisuales. Como Netflix y sus congéneres están recién en sus inicios, es muy prematuro anticipar qué otros espacios de la programación televisiva, que es muy variada y plural, a diferencia del cine, pueden igualmente ocupar, reduciendo potencialmente el arco de posibilidades de programación que el medio televisivo mantiene con la competencia creciente de otros canales digitales como YouTube, por ejemplo.

Ha sido fundamental en la elaboración de esta parte del trabajo el aporte del profesor italiano Alessandro Baricco, uno de los tratadistas más lúcidos del conocimiento actualizado de los temas que conciernen a la revolución digital. Asimismo, la francesa Capucine Cousin, el brasileño Arlindo Machado y, también, los ya citados Lipovetsky, Serroy, Manovich y Gubern, entre otros

A esos dos procesos se suma, como punto de confluencia, y además como parte de la materia de nuestro marco teórico-referencial.

3) La realización de *Roma* como punto de partida de la producción de películas latinoamericanas destinadas al *streaming*

En este punto, de carácter informativo, se ofrecen algunos datos sobre las temáticas provenientes de la región que sirven de base a los contenidos de las nuevas plataformas. La serie *Narcos*, de gran capacidad de convocatoria, por ejemplo. En ese camino, *Roma* constituye una novedad, pues es la primera vez, como ya adelantamos, que un largometraje coproducido por Netflix es lanzado a lo grande por esa plataforma.

El marco teórico- referencial cubre, entonces, el abanico completo del trabajo, desde la primera pantalla audiovisual hasta la experiencia que significa la película *Roma*.

## II. Instrumento n.º 1. Análisis documental

Este instrumento nos permitió realizar dos tipos de análisis de los documentos referidos al fenómeno Netflix y su incidencia en el cine latinoamericano. En este sentido los documentos analizados fueron sometidos a dos procesos de análisis:

**1) Análisis contextual:** Se seleccionaron los documentos mas relevantes producidos acerca de los procesos que conducen al surgimiento de Netflix y las transmisiones en *streaming*.

Las categorías observadas fueron:

- La pertinencia histórica
- La confiabilidad informativa
- El rigor conceptual
- La solidez argumentativa
- La facilidad para la adecuación al desarrollo de la investigación

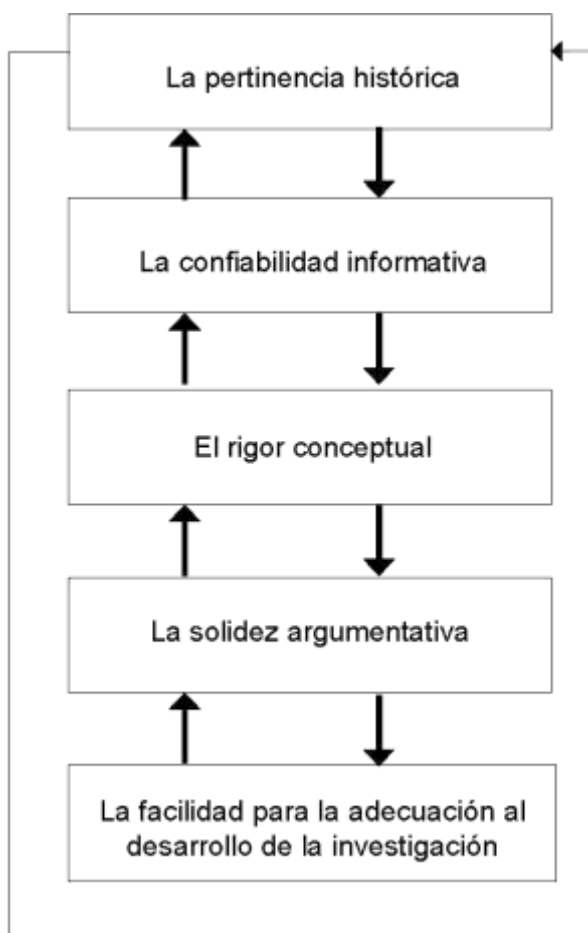
**2) Análisis interno:** Los documentos seleccionados para el análisis fueron sometidos a un análisis de contenido textual, con el fin de identificar los datos claves para el enriquecimiento del análisis de nuestra investigación

Las categorías observadas fueron:

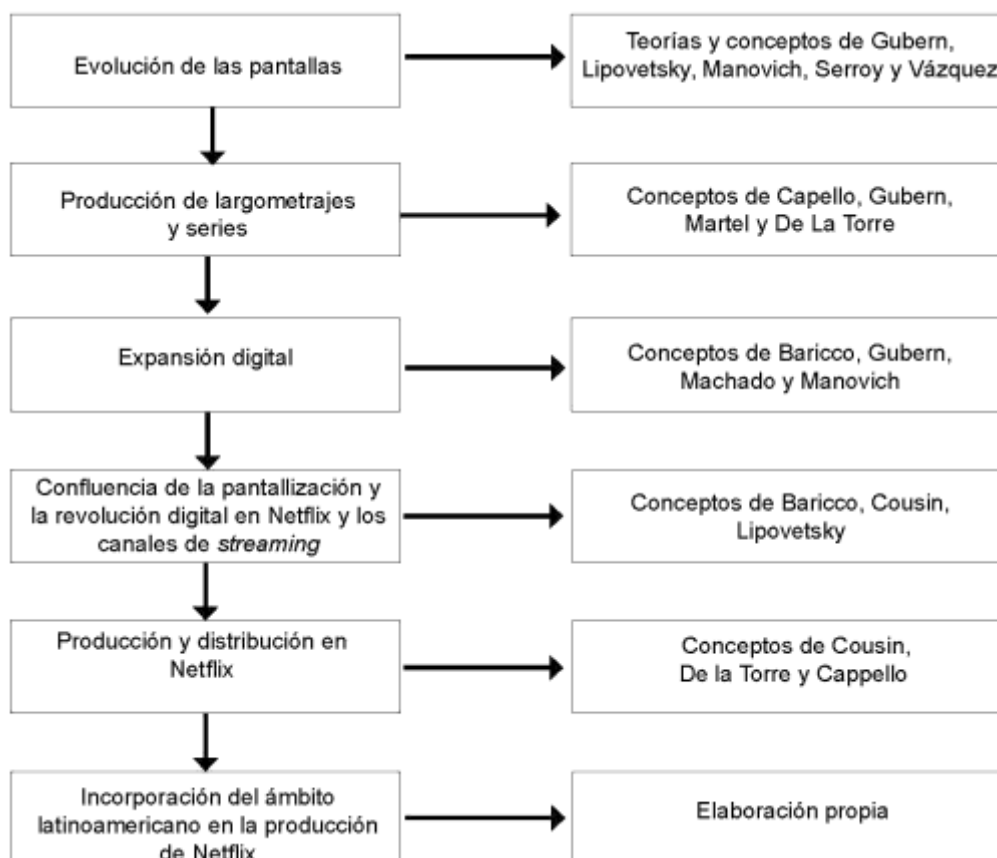
- Evolución de las pantallas
- Producción de largometrajes y series
- Expansión digital
- Confluencia de la pantallización y la revolución digital en Netflix y los canales de *streaming*
- Producción y distribución en Netflix
- Incorporación del ámbito latinoamericano en la producción de Netflix

Diagramas

### Análisis contextual



## Análisis interno



## Metodología y análisis

A una investigación de carácter cualitativo, una metodología de similares características. Para los efectos metodológicos, toda la investigación ha sido pasada por el filtro de los instrumentos que guían la elaboración de las tesis y no solamente la parte aplicativa o muestral. En este caso, son tres los recursos metodológicos que sostienen el trabajo:

1) El análisis de documentos o análisis textual, que se ha empleado en la elaboración del marco teórico-referencial, a partir de la lectura y la confrontación con la elaboración conceptual y los hallazgos o precisiones informativos de diversos autores. Entendemos que este es un trabajo de “diálogo” con los autores referidos o citados, más que simplemente una complementación o un refuerzo de las ideas e informaciones que se despliegan en la redacción.

Los autores han sido mencionados ya en el punto 3. Ahora solo quiero reforzar la afirmación de que todos ellos pertenecen a lo más avanzado de la reflexión sobre el maridaje entre la tecnología y la comunicación audiovisual y no dudo de que seguirán en esta línea de trabajo en una etapa de imprevisibles continuaciones.

## 2) El análisis de contenido

Este punto requiere una mayor sustentación, pues prácticamente lo estamos integrando en estos anexos al desarrollo de la segunda gran parte de nuestro trabajo que conduce al análisis de la película *Roma*.

En los capítulos abocados a la metodología, empezamos por escoger los modelos de método y análisis para ser aplicados a la descripción analítica e interpretativa de la película *Roma*. Los modelos utilizados provienen de dos fuentes distintas, aunque no antagónicas ni mucho menos. Una de ellas es la de la semiótica estructural que ha tenido en Francia desde los años sesenta del siglo XX una enorme influencia académica en el terreno de la reflexión y el análisis de los lenguajes, y especialmente de la lengua oral y escrita, pero también de otros sistemas lingüísticos como el musical, el arquitectónico, el de la moda y el audiovisual. Del modelo estructural empleamos términos y esquemas analíticos elaborados por los franceses Gerard Genette, Christian Metz, Jacques Aumont, Francis Vanoye o Francois Jost, el franco canadiense Andre Gaudreault, y los italianos Francesco Casetti y Federico Di Chio.

Por otra parte, y como una suerte de contrapeso teórico, nos valemos de los aportes de lo que algunos llaman la Escuela de Wisconsin, formada principalmente por David Bordwell, Kristin Thompson y Janet Staiger. A diferencia de la aproximación franco-italiana, centrada en el análisis del relato, los norteamericanos refuerzan las implicaciones audiovisuales de las obras cinematográficas, sin prescindir en absoluto del componente narrativo. Hemos incorporado, igualmente, referencias provenientes del campo de los Estudios Culturales, muy productivos en estos tiempos, y que, en cierta medida, intentan aproximar los modelos a los que hemos hecho referencia, sumando a ellos un arco de preocupaciones temáticas (las desigualdades sociales, la migración, las representaciones de sexo y género...), que ciertamente resultan muy pertinentes en cualquier aproximación al cine de todas partes y, en concreto, al de América Latina. El norteamericano Robert Stam es, entre los artífices de los Estudios Culturales en el campo del cine, quien más se ha ocupado de atender los productos audiovisuales de nuestra región, especialmente los brasileños.

No están ausentes en el levantamiento de los referentes que nos han servido de guía en la parte metodológica-analítica de nuestra Tesis, autores de habla española o portuguesa como los españoles Jesús García Jiménez, Francisco Gómez Tarín, Verónica Heredia y Santos Zunzunegui o el brasileño Ismail Xavier.

Con ese instrumental hemos procedido a realizar el Análisis de Contenido de la película *Roma* tanto desde el ángulo del encadenamiento narrativo como desde el funcionamiento expresivo o audiovisual. Del ensamblaje de esos dos registros (plenamente integrados en

lo que se conoce como la narrativa audiovisual), hemos extraído las principales significaciones que se desprenden de la película y las características que la hacen ser una obra diferenciada y, como ya lo expresamos, un probable punto de partida en una nueva era que estaría por ponerse en marcha.

### 3) Las entrevistas a especialistas

Como una forma de corroborar o de complementar lo desarrollado en el trabajo, lo que implica posibles puntos de desacuerdo, solicitamos a un grupo de especialistas sus respuestas a un listado de preguntas en torno a los temas de la Tesis. En un caso, y para efectos de lo que se denomina la Entrevista en Profundidad, el elegido fue el Profesor peruano Giancarlo Cappello, ya mencionado, por cuanto es uno de los citados en el trabajo. Cappello respondió con amplitud a las diversas preguntas sobre todo el arco cubierto por la Tesis, ratificando en buena medida las afirmaciones o las presunciones enunciadas, pero agregando matices sin duda muy perspicaces.

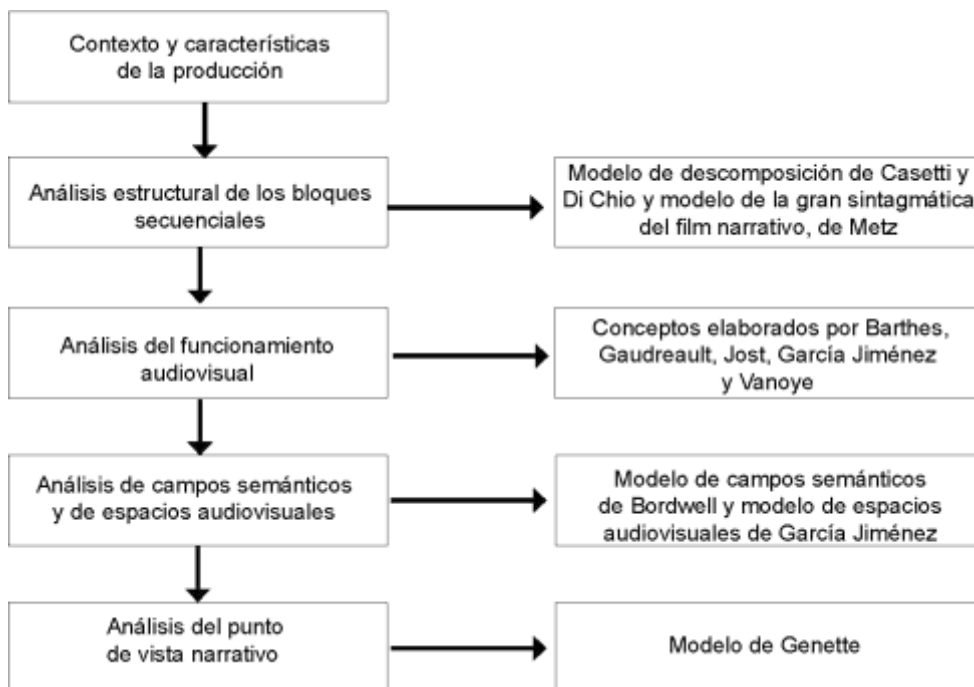
Además, fueron elegidos cinco especialistas mexicanos, entre docentes y periodistas dedicados a la reflexión sobre el cine y los nuevos medios. Nos pareció pertinente hacerlo con profesionales de ese país del norte del continente, por cuanto la película materia del análisis es una película mexicana y quién mejor que ellos, por lo tanto, para emitir impresiones, digamos, de primera mano o desde la visión más próxima. En este caso, se les pidió responder a un cuestionario y las respuestas fueron bastante variadas como para que no se dejara sentir la libertad con que escribió cada uno de ellos. El cuestionario estaba centrado en Netflix y el caso particular de *Roma*, es decir, en la segunda gran parte de nuestro trabajo, y el cotejo de las respuestas permite apreciar coincidencias y también algunas diferencias de apreciación, buena parte de las cuales se refieren a ese futuro cargado de incertidumbres que se vislumbra en el horizonte de los tiempos que vendrán.

### III. Instrumento n.º 2. Análisis de contenido

Utilizando la técnica de análisis de contenido se realizó un análisis de la película Roma de Alfonso Cuarón, con los siguientes pasos:

- Aproximación al contexto de la realización
- Análisis estructural de los bloques secuenciales utilizando el modelo de descomposición de Francesco Casetti y Federico Di Chio, así como el modelo de la gran sintagmática del film narrativo, de Christian Metz.
- Análisis del funcionamiento audiovisual a partir de conceptos elaborados por Roland Barthes, Jacques Aumont, Andre Gaudreault, Francois Jost, Jesús García Jiménez y Francis Vanoye.
- Análisis de campos semánticos de acuerdo al modelo de
- David Bordwell, y de los espacios audiovisuales según el modelo de García Jiménez.
- Análisis del punto de vista narrativo siguiendo la orientación de Gerard Genette.

Diagrama



## ANEXO 2: MATRIZ DE CONSISTENCIA

### NETFLIX: EL NUEVO PARADIGMA EN LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN CINEMATOGRAFICA GLOBAL Y SU INCIDENCIA EN EL CINE LATINOAMERICANO: ESTUDIO DEL CASO *ROMA*, DE ALFONSO CUARÓN

#### MATRIZ DE CONSISTENCIA

PREGUNTA PROBLEMA	OBJETIVO	HIPÓTESIS	VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	POBLACIÓN/ MUESTRA	INSTRUMENTOS	METODOLOGÍA
<p><b>General:</b> ¿Hasta qué punto el nuevo paradigma que suponen Netflix y el <i>streaming</i> están influyendo en la producción y distribución cinematográfica globales y, especialmente, en América Latina?</p>	<p><b>General:</b> Analizar el impacto de Netflix en los procesos de producción y distribución cinematográfica globales y su incidencia en el cine latinoamericano y describir el desarrollo tecnológico que posibilitó las emisiones por <i>streaming</i> y la aparición de Netflix como una empresa productora y distribuidora de largometrajes.</p>	<p><b>Principal:</b> Que la plataforma de Netflix, y por extensión del <i>streaming</i>, está produciendo una seria alteración de un orden que parecía, si no inmutable pues estaba sujeto a las variaciones impulsadas por los cambios tecnológicos y sociales, si relativamente estable, en el ámbito cinematográfico.</p>	<p><b>Operativas:</b> -Netflix y el <i>streaming</i> -La producción de películas de largometraje y su lanzamiento y exhibición en las salas públicas y en otras pantallas. -La producción y difusión de películas propias y las de las compañías cinematográficas vía Netflix y los canales de <i>streaming</i>.</p>	<p><b>De las variables operativas</b> La producción y difusión de las películas producidas por Netflix y el <i>streaming</i>.  -Los largometrajes exhibidos en salas públicas. -Los largometrajes difundidos por la televisión.</p>	<p><b>Para las variables operativas:</b> Expansión de la oferta de Netflix y el <i>streaming</i>, fortaleza económica, facilidad de acceso y potencialidad del mercado de espectadores  Estado actual de la producción de largometrajes en el cine y la televisión.</p>	<p><b>Población:</b> Netflix como fenómeno global. Cine latinoamericano en Netflix. <b>Muestra:</b> La película <i>Roma</i></p>	<p>1. Análisis documental  2. Análisis de contenido  3. Entrevistas</p>	<p>1. Análisis documental Marco teórico-referencial: -Teorías sobre la evolución de las pantallas, las series y las películas en el cine y la televisión - Teorías sobre el avance de la tecnología digital. - Marcos conceptuales que explican la irrupción de Netflix y el <i>streaming</i>. - Marcos referenciales de la producción de la Película <i>Roma</i>.  2. Análisis de contenido  -Aproximación al contexto de la realización de <i>Roma</i></p>
<p><b>Específicos:</b> 1. ¿Qué estrategias de difusión ha elaborado Netflix en el espacio audiovisual y como se manifiestan en</p>	<p><b>Específicos:</b> 1 Describir las estrategias de difusión de Netflix en el espacio audiovisual y su incidencia en los procesos de producción y distribución de</p>	<p><b>Secundarias:</b> 1)Que esa tendencia se puede reproducir en el área de la producción de películas hispanohablantes, como lo demuestra el caso</p>	<p><b>Operativas:</b> -El caso de la película <i>Roma</i>.  -Producción de películas latinoamericanas.</p>	<p><b>Operativas:</b> Las estrategias de Netflix en América Latina.  El espacio potencial del <i>streaming</i> en América Latina</p>	<p><b>Operativas</b> IncurSIONES de Netflix en el espacio latinoamericano.  La mayor o menor apertura de la producción</p>	<p><b>Población:</b> Netflix como fenómeno global.  Cine latinoamericano en Netflix.</p>	<p>1. Análisis documental  2. Análisis de contenido  3. Entrevistas</p>	<p>-Análisis estructural de los bloques secuenciales utilizando el modelo de descomposición de Francesco Casetti y Federico Di chio, así como el modelo de la gran sintagmática del film narrativo, de Christian Metz.</p>



<p>la producción y distribución de películas en América Latina?</p>	<p>películas de largometraje en América Latina.</p>	<p>de un éxito de audiencia y de reconocimiento crítico e institucional: la película <i>Roma</i>.</p>			<p>latinoamericana a la convocatoria hecha por Netflix.</p>	<p><b>Muestra:</b> La película <i>Roma</i></p>		<p>-Análisis del funcionamiento audiovisual a partir de conceptos elaborados por Roland Barthes, Jacques Aumont, Andre Gaudreault, Francois Jost, Jesús García Jiménez y Francis Vanoye.</p> <p>- Análisis de campos semánticos de acuerdo al modelo de David Bordwell, y de los espacios audiovisuales según el modelo de García Jiménez.</p> <p>-Análisis del punto de vista narrativo siguiendo la orientación de Gerard Genette.</p>
---	---	---	--	--	---	--	--	--

## ANEXO 3: ENTREVISTAS

### Entrevista 1. Eduardo de la Vega (Universidad de Guadalajara)

- a. ¿Qué elementos comunes logra identificar entre las películas latinoamericanas que han ganado un Óscar (*La historia oficial*, *El secreto de sus ojos*, *La mujer fantástica*) y la película *Roma*, o cree que no los hay? \*

Si acaso hay algún elemento en común entre estas cintas es el que comparten una cierta ambición por captar o retratar, con un estilo realista, aspectos de la vida de mujeres latinoamericanas que se debaten en situaciones límite que les plantean su muy particular contexto. Eso podría constituir toda una tendencia a tomar en cuenta por los integrantes de la Academia que año con año otorga los premios Óscar, pero en todo caso ese un capítulo a profundizar todavía.

- b. ¿Considera usted que el hecho de que la película *Roma* fuese producida por Netflix influyó en el culto cinematográfico que el filme generó desde su producción hasta la obtención del Óscar? ¿Hubiese sido distinto si la película hubiese tenido exclusivamente una distribución en salas?

Creo que el hecho de haber sido producida por Netflix sin duda influyó en la carrera y difusión previa de *Roma* para, finalmente, alcanzar el dichoso y en este caso muy merecido premio Óscar. Y sí creo que esa carrera hubiera sido un tanto distinta de haberse distribuido de una forma que ahora podemos calificar de "tradicional", es decir distribuida para verse únicamente en salas. O, por lo menos, pienso que el impacto que la catapultó hacia el premio hubiera seguido otros derroteros.

- c. ¿Cree usted que el "efecto *Roma*" va a favorecer el desarrollo del cine latinoamericano en la era Netflix?

Pues es posible que, al menos en una etapa inmediata, sí lo puede favorecer. Creo, sin embargo, que eso está por verse o, mejor dicho, todavía es muy temprano para poder constatarlo.

- d. Si bien las tecnologías digitales han disminuido considerablemente los costos de la producción, ¿Cuáles considera usted son las razones por las que el cine latinoamericano no logra ampliar sus audiencias más allá de su propio territorio y escasamente del mercado iberoamericano? \*

Pues, entre quizá muchas otras, sigo viendo que las salas de América Latina siguen dependiendo, para mantenerse como negocios más o menos redituables, del cine financiado en y por empresas estadounidenses de diverso rango y alcance. Las estadísticas de los famosos "Top Ten" en la mayoría de nuestros países (por lo menos las que suelo revisar año con año), así tienden a demostrarlo: de las 10 más exitosas, un promedio de ocho son producciones estadounidenses (y a su vez la mayoría son cintas de "superhéroes"). Mientras

que el imperialismo ejercido por los Estados Unidos se mantenga, nada o muy poco qué hacer en ese sentido.

- e. ¿Cuáles fueron las reacciones del público mexicano frente a la película *Roma* desde el estreno hasta la obtención del Oscar? \*

Pues creo que fueron muy entusiastas; incluso, siento que la cinta autobiográfica (hasta cierto punto) del buen Cuarón logró abrir el margen de identidad del público urbano de clase media de procedencia criolla, a otro que por fin incluyó a sectores de la migración campo-ciudad, y, eso sí, un buen número de mujeres de ascendiente indígena, esto en funciones gratuitas o de bajo costo, o de TV, porque en salas tipo "Cinépolis" o "Cinemex", se hubieran gastado un alto porcentaje de su magro sueldo.

- f. ¿Cree usted que la obtención del Óscar de películas como *Roma* y *Parásitos* se inscribe en una lógica cultural en la cual la industria cinematográfica norteamericana está intentando ampliar y fidelizar nuevos públicos para sus producciones? \*

Sin duda. Detrás de esto hay una clara estrategia de ir por ese otro público, en algún sentido más "exigente", si cabe el concepto. Justo la estrategia que al parecer tuvo en su momento la Paramount Pictures al atraerse a cineastas de la talla de Robert Flaherty o Sergei Eisenstein, aunque en este último caso al final no se haya logrado producto alguno.

- g. ¿Cómo ve la posibilidad de que México y otros países de la región empiecen a producir sus canales de *streaming* propios? \*

Pues es una buena alternativa; eso, en algún sentido, equivaldría a extender estrategias similares que ya se han ensayado para las salas cinematográficas, pero que se antojan más posibles para las pantallas de cristal.

## ENTREVISTA 2. Ángel Miquel (Universidad Autónoma de Morelos)

- a. ¿Qué elementos comunes logra identificar entre las películas latinoamericanas que han ganado un Óscar (*La historia oficial*, *El secreto de sus ojos*, *La mujer fantástica*) y la película *Roma*, o cree que no los hay? \*

Además de la lengua, creo que no hay elementos comunes. En este sentido tal vez pueda destacarse que sólo se han dado esos premios a películas en castellano, y no en las otras lenguas de la región.

- b. ¿Considera usted que el hecho de que la película *Roma* fuese producida por Netflix influyó en el culto cinematográfico que el film generó desde su producción hasta la obtención del Óscar? ¿Hubiese sido distinto si la película hubiese tenido exclusivamente una distribución en salas? \*

Sí, sobre todo por el gran despliegue publicitario promovido por Netflix. Creo que, si la película se hubiera exhibido sólo en cines, sin esa publicidad, su impacto habría sido considerablemente menor.

- c. ¿Cree usted que el “efecto Roma” va a favorecer el desarrollo del cine latinoamericano en la era Netflix?

Tal vez lo favorecerá en una proporción similar a la de los consumidores latinoamericanos de esa plataforma. No es claro para mí si el consumo de películas en la televisión continuará siendo muy atractivo para quienes gustan de ver películas (a diferencia de las series, que sí son un producto eminentemente televisivo). Desde mi punto de vista, las salas de cine continuarán teniendo su público, y por lo tanto seguirá habiendo producción local para alimentarlas.

- d. Si bien las tecnologías digitales han disminuido considerablemente los costos de la producción, ¿Cuáles considera usted son las razones por las que el cine latinoamericano no logra ampliar sus audiencias más allá de su propio territorio y escasamente del mercado iberoamericano?

Fundamentalmente, la competencia histórica y contemporánea con el cine norteamericano.

- e. ¿Cuáles fueron las reacciones del público mexicano frente a la película *Roma* desde el estreno hasta la obtención del Óscar?

Hubo una manipulación mediática muy interesante. Sin tratarse, en mi opinión, de una película sobresaliente, la publicidad de la productora y los reporteros de distintos medios la presentaron como un acontecimiento excepcional de la cultura nacional. Y el público reaccionó favorablemente frente a esa avalancha de información externa, aunque le aburriera la cinta.

- f. ¿Cree usted que la obtención del Óscar de películas como *Roma* y *Parásitos* se inscribe en una lógica cultural en la cual la industria cinematográfica norteamericana está intentando ampliar y fidelizar nuevos públicos para sus producciones?

- g. El que algunas películas en otras lenguas distintas al inglés sean producidas total o parcialmente por empresas norteamericanas (y entonces puedan competir por esos premios) significa, creo, que esas empresas buscan ganar dinero, en primer lugar, en los países donde se hablan esas lenguas, y después en un pequeño mercado global de espectadores más o menos interesados en cintas que provienen de países distintos a Estados Unidos. No creo que esta participación eventual de algunas productoras (entre las cuales destaca Netflix) pueda extrapolarse a una lógica cultural en toda la industria norteamericana.

- h. ¿Cómo ve la posibilidad de que México y otros países de la región empiecen a producir sus canales de *streaming* propios?

Supongo que cada vez se harán más series en castellano, y que esa experiencia creará un volumen importante de profesionistas que permitirá pensar en una inversión para el lanzamiento de una plataforma nacional o regional parecida a las que ya existen.

### **ENTREVISTA 3. Nelson Carro (Cineteca Nacional de México)**

- a. Qué elementos comunes logra identificar entre las películas latinoamericanas que han ganado un Óscar (*La historia oficial*, *El secreto de sus ojos*, *La mujer fantástica*) y la película *Roma*, o cree que no los hay?

Siento que los elementos comunes tienen que ver con una cuestión de género dramático. Las cuatro citadas son melodramas. Y melodramas *light*, que abordan asuntos que pueden ser más o menos importantes y serios, pero sin profundizar en el conflicto. Son, además, películas pensadas para un público amplio y con valores económicos y de producción que les permitieron llegar a Hollywood y ser consideradas para premios.

- b. ¿Considera usted que el hecho de que la película *Roma* fuese producida por Netflix influyó en el culto cinematográfico que el filme generó desde su producción hasta la obtención del Óscar?  
¿Hubiese sido distinto si la película hubiese tenido exclusivamente una distribución en salas?

Creo que este asunto hay que verlo de manera un tanto diferente. Lo que generó la enorme expectativa por *Roma* no fue la película, sino el conflicto entre Netflix y los exhibidores, que luego productores y distribuidores (Netflix incluida) supieron aprovechar muy bien. En México, no sólo hubo una enorme *première* en la Cineteca, en la que estuvieron Cuarón y buena parte del equipo, sino que además apoyaron mucho el estreno. Solo en Cineteca, *Roma* hizo alrededor de setenta mil espectadores (si te sirve, te doy luego el número exacto), la segunda más exitosa en la historia de la Cineteca, solo superada por *Isla de perros* de Wes Anderson. Por supuesto, si hubiera salido directamente en salas cinematográficas, el resultado no hubiera sido el mismo, para nada.

- c. ¿Cree usted que el “efecto *Roma*” va a favorecer el desarrollo del cine latinoamericano en la era Netflix?

Creo que para mantener la oferta constante al ritmo demencial que lleva, Netflix necesita muchísimo producto, desde el cine más comercial al nivel de las telenovelas, a *Roma*, *El irlandés* y todo lo que pueda comercializar en muy diferentes niveles. Por supuesto, en este momento de crisis en la exhibición de los cines nacionales, Netflix puede resultar una buena alternativa económica para mejorar los pobres ingresos de la mayor parte de las producciones.

- d) Si bien las tecnologías digitales han disminuido considerablemente los costos de la producción, ¿cuáles considera usted son las razones por las que el cine latinoamericano no logra ampliar sus audiencias más allá de su propio territorio y escasamente del mercado iberoamericano?

Creo que el problema no es sólo del cine latinoamericano. Por lo menos en México, es muy poco el cine que se exhibe comercialmente y que no es hollywoodense. Ya no es exitoso ni siquiera el cine francés, que durante muchísimos años era considerado el cine comercial de calidad. Creo que la organización del mercado y de las empresas distribuidoras impiden que producciones diferentes a las grandes películas hollywoodense lleguen al público.

- e) ¿Cuáles fueron las reacciones del público mexicano frente a la película *Roma* desde el estreno hasta la obtención del Óscar?

En principio, todo el mundo quería verla. Después, las reacciones fueron muy diversas, desde quienes la consideraban una película excepcional en el panorama actual del cine (no solo mexicano) a los que se sintieron muy decepcionados y pensaron que todo el ruido que se había generado a su alrededor fue demasiado. Sin embargo, *Roma* llevó a que escribiera de cine mucha gente que no presta ninguna atención a otras películas mexicanas.

- f) ¿Cree usted que la obtención del Óscar de películas como *Roma* y *Parásitos* se inscribe en una lógica cultural en la cual la industria cinematográfica norteamericana está intentando ampliar y fidelizar nuevos públicos para sus producciones?

No lo tengo muy claro, pero me da la impresión de que la Academia de Hollywood, con sus miembros ampliados a muchos extranjeros, refleja algo que es una realidad: el cine actual, salvo muy contadas excepciones, no pasa por Hollywood. La mayor parte de las películas se parecen a la Coca Cola y a las hamburguesas McDonald, y así se consumen.

- g) ¿Cómo ve la posibilidad de que México y otros países de la región empiecen a producir sus canales de *streaming* propios? \*

Veo muy complicado que haya alguna posibilidad de competir con las grandes plataformas. Sin embargo, este año Cineteca Nacional vendió medio centenar de películas a Canal 22, la mayor parte de ellas muy difíciles, y el resultado de audiencia fue muy alentador. Claro, de ahí a que canales regionales tengan la posibilidad de producir materiales originales, hay un gran trecho.

#### Entrevista 4. Carlos Bonfil (Crítico de cine del diario *La Jornada*)

- a. ¿Qué elementos comunes logra identificar entre las películas latinoamericanas que han ganado un Óscar (*La historia oficial*, *El secreto de sus ojos*, *La mujer fantástica*) y la película *Roma*, o cree que no los hay?

No consigo ubicar elementos comunes suficientes entre *Roma* y los títulos sugeridos; ninguno, en todo caso, que señale un parentesco significativo.

- b. ¿Considera usted que el hecho de que la película *Roma* fuese producida por Netflix influyó en el culto cinematográfico que el filme generó desde su producción hasta la obtención del Óscar? ¿Hubiese sido distinto si la película hubiese tenido exclusivamente una distribución en salas?

Ciertamente el efecto de estimular, deliberadamente o no, la expectativa por ver una película tan singular contribuyó a ese éxito que bien puede calificarse como culto. La mayoría de los espectadores pudo constatar que la película podía sustentar holgadamente –con su maestría formal y su solvencia narrativa en la doble evocación social y autobiográfica– la buena reputación que le antecedió.

- c. ¿Cree usted que el “efecto *Roma*” va a favorecer el desarrollo del cine latinoamericano en la era Netflix? \*

Es muy probable, pero el efecto será todavía mayor en la medida en que los países latinoamericanos desarrollen y consoliden similares plataformas propias.

- d. Si bien las tecnologías digitales han disminuido considerablemente los costos de la producción, ¿Cuáles considera usted son las razones por las que el cine latinoamericano no logra ampliar sus audiencias más allá de su propio territorio y escasamente del mercado iberoamericano?

Considero que es preciso que el cine latinoamericano conquiste con mayor fuerza la confianza de sus públicos locales diversificando sus temáticas y sus recursos estilísticos, y logrando, mediante una buena distribución, que las cintas latinoamericanas premiadas en festivales europeos puedan ser vistas y valoradas por audiencias nacionales mucho mejor informadas.

- e. ¿Cuáles fueron las reacciones del público mexicano frente a la película *Roma* desde el estreno hasta la obtención del Óscar?

Variadas. Desde el entusiasmo desbordado en la mayoría de los casos (entusiasmo teñido en ocasiones de chovinismo), hasta un rechazo instintivo a lo que por momentos se percibió como una construcción mercadotécnica o un fenómeno publicitario de corta vida.

- f. ¿Cree usted que la obtención del Óscar de películas como *Roma* y *Parásitos* se inscribe en una lógica cultural en la cual la industria cinematográfica norteamericana está intentando ampliar y fidelizar nuevos públicos para sus producciones?

Se trata en buena medida de un intento por revitalizar una industria hollywoodense atrapada en las fórmulas rutinarias del espectáculo de masas, incorporando las voces de minorías étnicas y sexuales o el cine de autor extranjero que esa misma industria considera explotable y provechoso para poder conquistar nuevas audiencias.

- g. ¿Cómo ve la posibilidad de que México y otros países de la región empiecen a producir sus canales de *streaming* propios?

Es una posibilidad no sólo deseable sino, a estas alturas, ya inevitable.

#### **ENTREVISTA 5. Alonso Díaz de la Vega (Crítico de cine del diario *El Universal*)**

- a. ¿Qué elementos comunes logra identificar entre las películas latinoamericanas que han ganado un Óscar (*La historia oficial*, *El secreto de sus ojos*, *La mujer fantástica*) y la película *Roma*, o cree que no los hay? \*

Como en el caso de cualquier otra película ganadora del Óscar, me parece que simplemente complacen a los votantes de la Academia. Sus gustos tienden a ser muy conservadores, en términos meramente estéticos, y por ello votan en favor de lo que les entretiene o de lo que les complace políticamente

- b. ¿Considera usted que el hecho de que la película *Roma* fuese producida por Netflix influyó en el culto cinematográfico que el film generó desde su producción hasta la obtención del Óscar? ¿Hubiese sido distinto si la película hubiese tenido exclusivamente una distribución en salas?

Claro. La campaña publicitaria costó más que la película misma. Probablemente habría tenido cierto éxito al haberla realizado Alfonso Cuarón, que es reconocido por las audiencias, pero no estoy plenamente seguro de que habría sido un fenómeno sin la campaña de Netflix. A *Gravedad* le fue muy bien, es cierto, pero su éxito también tuvo mucho que ver con la capacidad de difundirla y con las aristas desde las que se realizó la publicidad. En la prensa se plantó la idea de que se trataba de la mejor actuación de Sandra Bullock y que la película no tenía precedentes en su forma fílmica. Estas ideas se convirtieron en el lugar común de buena parte de los textos críticos y crearon la narrativa de que la película resultaba indispensable para cualquier espectador. Con *Roma* pasó lo mismo. La actuación de Yalitza Aparicio, la noción de que la forma era algo inédito —una mentira tan grande como la de *Gravedad*, por cierto— y el discurso bonachón de Cuarón ayudaron mucho a crear la noción de que la película era importante e imperdible. He tenido contacto con muchísimos espectadores que la despreciaron por romper con ciertas convenciones narrativas, y entonces veo que el éxito está más en la capacidad de atraer público que en la de ganárselo con la obra en sí. Por supuesto, no es un conteo estadístico del todo confiable, pero conozco varios críticos que han tenido la misma experiencia.

- c. ¿Cree usted que el “efecto *Roma*” va a favorecer el desarrollo del cine latinoamericano en la era Netflix?

En absoluto. El mejor cine latinoamericano tiene poco o nada que ver con *Roma*. No imagino a los espectadores de Cuarón emocionados por lo nuevo de Llinás, Martel, Mascaro o Reygadas. El éxito de *Roma*, como lo sugería antes, tiene más que ver con la exposición mediática, cosa que les falta —y poco les interesa— a los cineastas que mencionaba como ejemplo. Si la propia película fuera lo que llamara la atención de audiencias y distribuidoras, se generaría interés en un cine que no existe en América Latina: el cine comercial de calidad. *Roma* es por mucho la película más cara que se haya hecho en México. Su presupuesto de aproximadamente 15 millones de dólares humilla a *Ana y Bruno*, la película mexicana más cara de la historia, que costó 104 millones de pesos, o poco más de cuatro millones de dólares. No veo cómo se pueda producir de nuevo algo que rivalice con las proporciones de *Roma* salvo que se trate, de nuevo, de una coproducción. Claro, el dinero no define la calidad o el aprecio por una película, pero la mayor parte del cine comercial latinoamericano son comedias brutas que en su sentido del humor resultan muy locales. Por eso en México se recuperan premisas, por ejemplo, chilenas, como en el caso de *Qué pena tu vida*. La versión original se desconoce aquí; lo que se intercambia es el concepto.

- d. Si bien las tecnologías digitales han disminuido considerablemente los costos de la producción, ¿cuáles considera usted son las razones por las que el cine latinoamericano no logra ampliar sus audiencias más allá de su propio territorio y escasamente del mercado iberoamericano?

e.



Básicamente, que no ha logrado penetrar en el mercado masivo en Estados Unidos. Quien quiera tener éxito mundial necesita ganarse al público estadounidense, y, como lo mencionaba antes, lo que considero el mejor cine latinoamericano difícilmente va a lograr tal hazaña. Se necesitaría de un cine comercial capaz de rivalizar con las grandes productoras. Ahora, la llegada de Netflix y Amazon Studios puede cambiar eso si deciden generar más contenido desde América Latina pero ambos parecen más concentrados en la producción de series que en películas. Y aun si compraran, digamos, lo que realice Lucrecia Martel, dudo de que pudieran convertirlo en un éxito. Recientemente compraron *Atlantique*, de Mati Diop, y aunque es reconocida dentro de ciertos círculos, no se trata de un éxito popular.

- f. ¿Cuáles fueron las reacciones del público mexicano frente a la película *Roma* desde el estreno hasta la obtención del Óscar?

He notado mucha diversidad. El público más especializado aprecia sus cualidades estéticas, pero los que están acostumbrados a cinematografías más arriesgadas desprecian sus intenciones y, sobre todo, su mirada privilegiada hacia la clase trabajadora. Esta es una minoría diminuta, pero cuenta porque se trata de la crítica joven, que me parece más subversiva que las generaciones anteriores. El resto de los críticos reaccionó con mucho aprecio, pero en el público más acostumbrado al cine convencional noto un inmenso desconcierto. No entienden por qué se considera valiosa si no cuenta una historia como lo hace el cine que normalmente consumen, además de que desprecian el blanco y negro e incluso imponen prejuicios raciales y de clase en su percepción de la idealizada protagonista.

- g. ¿Cree usted que la obtención del Óscar de películas como *Roma* y *Parásitos* se inscribe en una lógica cultural en la cual la industria cinematográfica norteamericana está intentando ampliar y fidelizar nuevos públicos para sus producciones?

Más bien creo que representan el vacío de producciones de calidad en los grandes estudios. La clase de proyectos hollywoodenses que solían competir por el Óscar los están haciendo las plataformas de *streaming*. Salvo por Spielberg, los grandes autores estadounidenses están produciendo fuera de los estudios tradicionales y eso ha tenido un impacto notable. Las películas que emergen de las grandes compañías como Warner o Universal me parecen cada vez peores porque parecen obsesionadas con la producción de contenidos en serie que mantengan cautivos a los espectadores, pero la estrategia ha ido decayendo. El *Dark Universe* de Universal, por ejemplo, se desplomó con su primer intento, una nueva versión de *La momia*. Entonces, y, en resumen, creo que la Academia solamente está buscando suplir las ausencias que ha provocado la industria estadounidense.

- h. ¿Cómo ve la posibilidad de que México y otros países de la región empiecen a producir sus canales de *streaming* propios?

México, al menos, está teniendo un rol importante en cuanto a producción de series para plataformas. *Narcos México*, *La casa de las flores*, *Desenfrenadas*, *Cerrocero*, *Hernán*, demuestran que hay un público vasto interesado en consumir contenidos realizados en el país. Lo que no veo es el auge de las películas mexicanas en Netflix. Habrá que esperar.

## Entrevista en profundidad con Giancarlo Capello (Universidad de Lima) NETFLIX

- a. ¿Considera que ha habido una evolución “natural” de la comunicación televisiva que ha derivado en el fenómeno de Netflix y el *streaming* o es la expansión digital la que explica el fenómeno?

Yo creo que se trata de una evolución natural del espectador que se ha hecho posible gracias al desarrollo técnico y las bondades de lo digital. El *streaming* es el triunfo del espectador, una victoria que empezó con el control remoto, las videograbadoras y que hoy se traduce en catálogos impresionantes de contenidos para el *self service*. Es evidente que el público siempre quiso tener mayor participación e injerencia en los relatos. En los estamentos más jóvenes, esto se traduce en producción de contenido, en coleccionismo, *cosplay*, como buenos *fans* prolongan la historia, la llevan por donde su imaginación les sugiere e invita, eso también dice mucho. O sea, si con Photoshop se puede alterar la verdad de una imagen, como poner a alguien en un lugar donde no estuvo, ¿por qué no querrían hacer lo mismo con las historias? Creo que las dos cosas que planteas en tu pregunta van de la mano.

- c. ¿Hasta qué punto el posicionamiento de los canales de *streaming* está afectando la existencia misma del medio televisivo y cuánto más podrá hacerlo en un futuro cercano?

El *streaming* está obligando a la televisión abierta a replantearse no solo el modelo de negocio sino la naturaleza de los contenidos que va a tener que desarrollar y la dinámica que va a instalar con el público para no perder el paso. A la televisión le está pasando lo que le pasó a la radio, en su momento, cuando apareció la tele. El cable no es problema, el cable para mí es un *proto streaming* en la medida en que surgió ya con la lógica de hacer contenido de calidad, orientado a nichos y con alta producción para diferenciarse de la señal abierta. Si iban a ofrecer algo por lo que la gente debía pagar (la suscripción al cable), debían pasar cosas que la televisión abierta y gratuita no pudiera darles. En ese sentido, el cable ha migrado al negocio del *streaming* sin problemas, el caso ilustrativo es HBO que tiene su plataforma HBO GO que ofrece contenido original como Netflix, solo que con otra lógica de emisión y disposición de los contenidos. O, como es el caso de la cadena AMC, algunos canales de cable se convierten en productoras y generadoras de contenido.

Entonces, quien la tiene difícil es la TV abierta. El *streaming* la ha puesto en jaque. porque sus contenidos más jugosos (las ficciones televisivas) ya no pueden competir en producción (quedan al debe, resultan demasiado caras para las posibilidades de retorno en metálico) y porque en cuanto a los contenidos de no ficción, no hay algo que solo ella puede ofrecer, pues las noticias, incluso la transmisión de partidos de fútbol o grandes eventos deportivos, pueden hallarse antes y primero o al mismo tiempo en internet. Actualmente, todos los canales tienen problemas de encendido, ha bajado mucho. Toda la gente que antes pasaba horas mirando televisión, se ha ido al *streaming* o a internet. El precio por segundo de publicidad ha bajado horrores, la publicidad prefiere ir a las redes,

apostar al boca a boca y a los *influencers*. El modelo de negocio de la TV y sus contenidos hacen agua.

Yo creo que la televisión va a encontrar su propio rumbo, como lo hizo la radio, pero cuando se estandarice un modelo de explotación en las redes de internet. Ahora todo es un poco libertinaje (la gente graba y sube y circula contenidos de *streaming*, televisión abierta, cable, etcétera) y ensayo y error. Cuando eso ocurra, va a quedar claro qué se puede hacer y qué puede ofrecer cada plataforma. Mi teoría es que a la televisión abierta le quedará ocuparse de lo local, de lo inmediato, de lo más cercano a los intereses de su público, una televisión donde el servicio y la información práctica encuentren sus propios formatos y formas de explotación.

- d. ¿Hasta qué punto Netflix y los canales de *streaming* afectan la producción y el espectáculo cinematográfico y cómo ve las tendencias a futuro?

Cuando me preguntan si lo que hacen Netflix o Amazon o HBO es cine, yo digo que no porque no ofrecen la proyección en sala, la experiencia colectiva... Y me replican, ¿pero si se estrenaran y estuvieran en salas?... Entonces estarían funcionando como cualquier estudio o productora de cine, les digo... Y vuelven a preguntarme, ¿entonces qué serían si estrenan para cumplir y acceder a premios y luego quedan a disposición a través de su catálogo?... Yo respondo: entonces estamos ante una pirueta de relaciones públicas donde el negocio del *streaming* aspira al *charm* que otorgan unos premios bien ponderados por el público y la industria. Se trata del *streaming* buscando una legitimación artística, porque estrenar solo para premios responde a una cuestión de imagen, no lo hacen por dinero. Y los de Hollywood aceptan este coqueteo porque el *streaming* es otra vía de explotación para sus películas. O sea, desde mi perspectiva, creo que puede darse una sinergia industrial en la medida en que –y eso creo que están haciendo– se pongan de acuerdo en el modelo de explotación. Es un *win to win*, ambos tienen cosas que ofrecer y que los otros quieren... Tal vez el *streaming* afecte la taquilla, pero si eso que no entra por taquilla entra por otro lado, dejarán de escaldarse... Creo que por las vías del *streaming* o las salas puede haber espectáculo, son espectáculos diferentes, goces y placeres estéticos distintos, y eso estará bien, porque una vez más el público podrá elegir. Por lo demás, creo que hay películas o historias que siempre serán más disfrutables o tendrán más sentido en pantalla grande. Entonces, tal vez lo que toque venir sea una “especialización de contenidos en función de las pantallas de emisión”. Eso es lo que especulo, calculo.

5. ¿En el caso puntual de las series, Netflix y el streaming están modificando los patrones más o menos establecidos?

Yo creo que no. En términos de negocio, las series y las películas de *streaming* pueden llegar a costar lo mismo o superarse. En cuanto a contenido, sigo pensando que el negocio es el mismo: contar una buena historia... Lo que han cambiado son las formas de consumo: todos los capítulos juntos y de un solo porrazo, desde la comodidad de mi casa, con la posibilidad de parar y retomar, ver más de una vez.

- f. ¿Se pueden establecer diferencias notorias o significativas entre las series de Netflix y las de HBO, por ejemplo?

A nivel de contenido están de igual a igual en oferta y calidad. Netflix produce más, es más grande, pero la calidad y el interés por los contenidos es muy similar. Amazon TV sí está unos pasos detrás, recién empieza.

Yo diría que no hay diferencias sustanciales, salvo que una te pone a disposición todos los capítulos y la otra prorratea semana a semana. El manejo de información de sus consumidores (*big data*), permitió a Netflix darse cuenta de que las maratones (*binge watching*) era algo que la gente estaba dispuesta a hacer y, entonces lo puso en práctica. Y de momento es un sello Netflix. Eso no quita que otros proveedores como HBO lo hagan también cuando esta práctica sea más extendida y esté normalizada (de momento, hacer lo mismo que Netflix sería rendirse y darle crédito a Netflix). Y así como este detalle de soltar todos los capítulos surgió de las exploraciones de *big data* y monitoreo y evaluación cualitativa de sus clientes, podrían surgir otras novedades similares.

- b. ¿Ve factible que el *streaming* puede poner en riesgo el reinado en pantallas grandes de producciones de alto presupuesto como las de la Marvel?

No, por lo expuesto algunas preguntas arriba. La pantalla grande ofrece un espectáculo o un tipo de espectáculo ideal para determinado tipo de historias. A cada historia le va a corresponder una pantalla específica cuando la cuestión se asiente y estandarice.

- c. ¿Qué cambios estamos viviendo en términos de mercado y consumo audiovisual a partir de la irrupción de Netflix?

Creo que esta pregunta la he respondido a lo largo de las preguntas anteriores. Básicamente la cuestión pasa por la libertad y comodidad del espectador y la experiencia de recepción.

- d. ¿Avala la tesis de que el poder de los canales de *streaming* es un paso más de la expansión de los conglomerados norteamericanos en esta era de la globalización?

De que el *streaming* es un espacio, una plataforma estratégica a conquistar, sí a todas luces. Allí está la gente, la gente es mercado, donde va la gente se dirige la ideologización y etc. Me parece una movida natural en la historia de los conglomerados y la evolución social y tecnológica de los medios.

## **ROMA**

- a. ¿Qué elementos comunes logra identificar entre las películas latinoamericanas que han ganado el Óscar (*La historia Oficial*, *El secreto de sus ojos*, *La mujer fantástica*) y la película *Roma*, ¿o cree que no los hay?

Ninguno especialmente, más allá de la buena factura y un despliegue de producción importante. A nivel temático hay un tono, una realización espacial y temática que remite a Latinoamérica, pero sin apartarse de lo universal. Es decir, en todos los casos hay una aproximación a los localismos y al costumbrismo, pero en forma moderada, sin radicalizar o abrazarlos del todo, de modo que puedan tener mayor grado de recepción.

- b. ¿Considera que el hecho de que la película *Roma* fuese producida por Netflix influyó en el culto cinematográfico que el filme generó desde su producción hasta la obtención del Óscar?

Creo que el aparato de publicidad y la cobertura que recibió previo a su estreno crearon un *hype*, una alta expectativa entre el público general. A esto se sumaron los buenos comentarios y reseñas que la prensa y crítica especializada difundieron hasta el día de los premios... Pero me queda la sensación de que, a nivel de público general, *Roma* no fue aquello que el *hype* les vendió, esperaban un melodrama más a la latinoamericana y se encontraron con cine de autor, largo, denso, poco disfrutable a nivel de emociones. Fue una película de nicho vendida como película comercial. Eso hizo que muchos se interesaran, aunque eso no significaba que la vieran completa, y ese ruido sirvió para catapultarla a la consideración de los premios. Netflix hizo lo necesario para llamar la atención y lo logró. *Roma* cumple como una buena película, pero no como una película "oscarizable", creo que allí entraron a tallar otros factores: como que Hollywood no iba a pelearse con un potencial socio o compañero que también sabe hacer que sus gallinas pongan huevos de oro.

- c. ¿Cree que el "efecto *Roma*" va a favorecer el desarrollo del cine latinoamericano en la 'era Netflix'?

En la medida en que la intención de generar contenidos originales es asentar presencia y asegurar público en el ámbito inmediato, sí, van a generarse más apoyos, no necesariamente porque Netflix los financie, sino porque existirá la posibilidad de vender esas producciones al catálogo de Netflix. Un efecto palanca va a haber. Ahora bien, hasta cuándo o en qué medida esto puede repercutir en variedad y calidad, no lo sé. Eso se logra con competencia y de momento en esta zona del mundo no hay otro *streaming* operando a nivel de Netflix en la región. Lo de FOX es muy general y muy TV convencional.

- d. Si bien las tecnologías han disminuido considerablemente los costos de producción, ¿cuáles considera que son las razones por las que el cine latinoamericano no logra ampliar sus audiencias más allá de su propio territorio y escasamente del mercado latinoamericano?

Creo que el tema sigue siendo la distribución y posibilidades de llegada y exhibición en un sistema básicamente controlado por una hegemonía cultural que maneja su propia agenda y cronograma de *blockbusters*. Pero también porque no existe una propuesta o un tipo de realización (a nivel temático, estético) que se asocie a Latinoamérica y pueda desmarcarse como un producto de interés universal. Es una cuestión de desarrollo gradual, de hitos, autores, películas o movimientos que van forjando ese ascenso y penetración. Y, en ese

sentido, tengo la impresión de que al cine de Latinoamérica le falta conectar con lo universal, como que sus raíces son muy locales, referencias muy cerradas sin chance a que se conecten a otras culturas. Me refiero al desarrollo de un cine más comercial, pero creo que opera para el cine de autor. No hay vasos comunicantes entre las películas de la guerra interna peruana, por ejemplo, con tantas otras guerras y secuelas en otros países, no hay una analogía subyacente o evidente entre las urbes latinoamericanas y las metrópolis, puentes que permitan que habitantes de latitudes distintas también las recorran... Pienso en Del Toro y Gonzáles Iñárritu, si han logrado algo como autores es porque han conseguido hacerlo a la manera como todos lo entienden, aprendieron los mejores trucos de Hollywood y los permearon de ellos mismos. Eso que llamo "Hollywood" sería en mi idea de las cosas la conexión, el puente, el vaso comunicante con otras sensibilidades y públicos... Una vez allí, ya podrían acentuarse las peculiaridades y desmarcarse de lo universal, porque ya habría una tradición o antecedentes que respalden esas historias.

- e. ¿Cree que la obtención del Óscar de películas como *Roma* y *Parásitos* se inscribe en la lógica cultural en la cual la industria cinematográfica norteamericana está intentando ampliar y fidelizar nuevos públicos para sus producciones?

A diferencia de los europeos que se negaban a tratar en los festivales con una película que no hubiese pasado por las salas, la estrategia cinematográfica de Hollywood parece ser no pelearse, sino unirse a ellos.

- f. ¿Cómo ve la posibilidad de que México, Brasil, Argentina y otros países de la región empiecen a producir para sus eventuales canales de *streaming* propios? ¿Podrán hacerlo complejos mediáticos como Televisa, Globo, Clarín, Caracol u otros?

Solos no. Necesitarían reinventarse y conseguir ingentes inyecciones de dinero. Son industrias muy precarias. La televisión y la prensa están en pleno proceso de reacomodo ante el embate de lo digital, no terminan de encontrar su modelo de negocio. Si ya no vendo periódicos en papel, ¿qué vendo? *Clicks* en internet, contenido noticioso propio? Si no estoy en condiciones de producción como las del cable o el *streaming*, que son aquellas a las que el público se ha acostumbrado, ¿qué ofrezco? Hasta no terminar de redefinir y asentar sus bases, lo otro queda todavía lejos.

## **ANEXO 4: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN**



# **VALIDEZ DE CONTENIDO DE INSTRUMENTOS POR JUICIO DE EXPERTOS**

## **DOCUMENTOS QUE DEBE PRESENTARSE AL EXPERTO:**

1. Solicitud
2. Resumen teórico de la propuesta de investigación
3. Marco de referencia de la investigación
4. Matriz de consistencia
5. Diseño de instrumentos de investigación
6. Informe de opinión de experto.



## 1. SOLICITUD.

**SOLICITO:** Validación de instrumento de investigación.

**Juez:** Pedro Córdoba Piscoya

Yo, Isaac León Frías, con el fin de optar el grado de Magíster en Periodismo y Comunicación Multimedia de la Universidad de San Martín de Porres, me dirijo respetuosamente a usted para expresarle lo siguiente:

Que siendo requisito indispensable contar con la validación de los instrumentos de medición para la investigación cualitativa, metodología que estoy aplicando en el desarrollo de mi tesis, denominada: Netflix: el nuevo paradigma en la producción y distribución cinematográfica global y su incidencia en el cine latinoamericano: estudio de caso "Roma" de Alfonso Cuarón

Solicito a Ud. tenga la amabilidad de revisar y validar como juez experto en el tema. A la presente le adjunto los siguientes documentos:

- a) Breve fundamentación de la investigación
- b) Reseña del marco teórico
- c) Marco de Consistencia de la investigación
- d) Instrumentos de investigación: a) análisis documental, b) Análisis de contenido, c) Entrevista a expertos
- e) Informe de opinión de experto.

Le agradezco por anticipado por la atención a la presente solicitud.

Atentamente,

Lima, 25 junio de 2020

-----  
**Lic. Isaac León Frías DNI**  
\_\_\_\_\_

## 2. LA PROPUESTA DE INVESTIGACIÓN

### Breve fundamentación

Hemos elegido para la elaboración de la Tesis un objeto de estudio de enorme actualidad: las plataformas de Internet que ofrecen una gran variedad de contenidos audiovisuales, especialmente series y películas. Estas plataformas, con pocos años de iniciadas, han alcanzado ya una presencia considerable, sobre todo la que empieza con lo que algunos llaman la revolución del *streaming*: la que pone en marcha la empresa Netflix. El término inglés *streaming* no tiene aún un equivalente preciso en español y es posible que no llegue a tenerlo, dado el aumento creciente de vocablos de origen inglés que proceden en su mayor parte de las nuevas tecnologías y que se van incorporando a los usos de la lengua común. Los intentos de traducción no han sido muy afortunados, pues lo más cercano es trasmisión, emisión o descarga, y también, retrasmisión en directo o en continuo.

De cualquier manera, y en la etapa de auge de la tecnología digital que se experimenta, los canales de trasmisión directa que operan por la vía digital se han convertido en serios desafiantes de los medios audiovisuales sólidamente establecidos, uno desde hace más de 120 años, el cine, y el otro desde hace 70, la televisión.

Entonces, nos interesa explorar cuáles son los procesos que han conducido a la aparición de Netflix y otros canales similares. En este caso, los procesos tecnológico-comunicativos, sin que eso signifique que los asuntos económicos o aquellos que conciernen a los usuarios no sean relevantes. Pero, intentando situarnos en el campo de lo más estrictamente comunicacional, optamos por destacar las posibilidades de los canales de *streaming* y, en especial, de Netflix, como productores y difusores de contenidos audiovisuales. Para acotar algo más, nuestro trabajo se centra en las películas de largometraje, es decir, aquellas que han constituido históricamente el centro de gravedad de la producción cinematográfica, aunque luego encontrarán también vías de difusión en la televisión de señal abierta, en la televisión por cable, en el video analógico y, luego, digital. Justamente, la aparición de Netflix ha venido a cuestionar seriamente el rol casi exclusivo que el cine, la televisión y sus derivados venían desempeñando en el espacio del audiovisual.

El trabajo no se limita a situar los antecedentes y el lugar expectante que está ocupando Netflix y la amenaza que significa para las industrias del cine y de la televisión, pues nos interesa también ubicar a Netflix, como el canal que lidera esta corriente de reciente data, en el ámbito de la producción audiovisual latinoamericana. Es por eso que hemos escogido el largometraje mexicano *Roma*, coproducido y difundido por Netflix como el objeto muestral de la investigación, ya que se trata del primer largometraje grabado en un país latinoamericano y en español en ser lanzado por el espacio de la trasmisión directa por la vía informática a cargo de Netflix. Más aún, se trata de una película que ha obtenido reconocimientos y en la cual Netflix está asentando parte de su prestigio. *Roma* obtuvo el Oscar del año 2018 a la mejor película en lengua extranjera y ese hasta hoy es el mejor aval en términos de distinciones obtenidas por un canal de *streaming*.

Netflix y *Roma* son, en resumen, la materia de nuestra Tesis para optar la Maestría en Periodismo y Comunicación Multimedia.

## 2. MARCO TEÓRICO-REFERENCIAL

A estas alturas del avance de los canales de *streaming*, es aún escasa la bibliografía acerca de lo que significa Netflix, de sus características o de sus efectos. Algo se ha venido publicando en libros en Estados Unidos, Inglaterra o Francia, parte de los cuales reseñamos o citamos en el trabajo, pero prácticamente no se ha publicado nada en español en libros. Por cierto, sí hay muchos artículos o ponencias aquí y allá, y hemos intentado revisar al menos los que cuentan con mayor, digamos, respetabilidad académica.

Pero nuestro trabajo aspira, más que a dar cuenta del estado de la cuestión en materia de producción bibliográfica sobre el fenómeno de Netflix, a situarlo en una perspectiva histórica, a ubicarlo como la punta de lanza de una nueva etapa de la comunicación audiovisual. Para ello, hemos revisado de manera ciertamente no exhaustiva los procesos tecnológico-comunicativos que consideramos medulares en la génesis de los canales de transmisión directa por la vía informática. Estos procesos son, principalmente, los dos siguientes:

### *a) La evolución de las pantallas o plataformas audiovisuales con especial atención al rubro de películas y series*

Con la invención del cinematógrafo en 1895 se inicia lo que Román Gubern ha llamado la pantallización de la comunicación. Ese invento hace posible por primera vez la exhibición de imágenes en movimiento proyectadas en una tela blanca que más adelante se convierte en el *écran* propio de las salas de proyección. La televisión trae consigo otra pantalla que se ubica en el espacio casero. Mientras tanto, las pantallas de cine se van transformando conjuntamente con los cambios tecnológicos propios de ese medio. A lo largo del siglo XX las películas de largometraje y, en menor medida, las series corren por las pantallas. En la televisión convertida en masiva hacia 1950, aunque todavía no en todas partes, la figura se invierte: predominan las series sobre los largometrajes que, además, provienen principalmente del medio cinematográfico. La difusión de la televisión por cable es el anticipo aun específicamente televisivo que se adelanta a Netflix, que ya no es de origen televisivo, aunque encuentre en la pantalla de televisión uno de sus principales espacios de exhibición. Más bien, Netflix y los canales de *streaming* surgen cuando las pantallas se diversifican en las computadoras personales, los celulares y otros dispositivos digitales. La pantallización en su mayor expresión.

Para esta parte del trabajo, las fuentes teóricas han sido de modo prominente los franceses Gilles Lipovetsky, Jean Serroy y Frederique Martel, el norteamericano de origen ruso Lev Manovich, los españoles Román Gubern, Israel Vázquez y Toni de la Torre, y el peruano Giancarlo Cappello, todos ellos estudiosos de lo que Gubern denomina la “iconósfera contemporánea” y la evolución de los nuevos medios en el contexto de la globalización económica y tecnológica.

### *b) La expansión digital y la irrupción de Netflix y los canales de streaming*

Por sí sola la evolución de las pantallas y la dinámica de las series y las películas no hubiesen derivado en los canales del *streaming* de no mediar la

revolución digital que tanta importancia tiene, especialmente en los terrenos de la información, el conocimiento y la comunicación social.

La revolución no se ha producido de la noche a la mañana, sino que se ha ido gestando a lo largo de varios lustros para perfilarse en la última década del siglo pasado como un instrumento indispensable que permitió el auge de las computadoras personales, con todas las funciones y aplicaciones que se han ido incorporando, las transformaciones de las cámaras fotográficas, cinematográficas y televisivas, conjuntamente con el sacudón y en algunos casos virtual desaparición de los soportes analógicos hasta los años noventa dominantes en los medios de comunicación.

La convergencia de las pantallas y el soporte digital está en la base del *streaming* y la versatilidad que el nuevo medio posee ha puesto en jaque seriamente, si no la sobrevivencia, sí la aparente solidez que hasta hace poco lucían las industrias televisivas y cinematográficas. Netflix ha entrado a tallar, y con fuerza, en el área que parecía propia de esos medios: las series y las películas de largometrajes, y no solo en ellas. Primero como difusores de materiales que no eran propios, pero ahora también como productores muy favorecidos por la altísima cantidad de suscriptores que poseen, especialmente Netflix. También en los documentales de diversas líneas y modalidades y en otros contenidos audiovisuales. Como Netflix y sus congéneres están recién en sus inicios, es muy prematuro anticipar qué otros espacios de la programación televisiva, que es muy variada y plural, a diferencia del cine, pueden igualmente ocupar, reduciendo potencialmente el arco de posibilidades de programación que el medio televisivo mantiene con la competencia creciente de otros canales digitales como You Tube, por ejemplo.

Ha sido fundamental en la elaboración de esta parte del trabajo el aporte del profesor italiano Alessandro Baricco, uno de los tratadistas más lúcidos del conocimiento actualizado de los temas que conciernen a la revolución digital. Asimismo, la francesa Capucine Cousin, el brasileño Arlindo Machado y, también, los ya citados Lipovetsky, Serroy, Manovich y Gubern, entre otros

A esos dos procesos se suma, como punto de confluencia, y además como parte de la materia de nuestro marco teórico-referencial.

3) La realización de *Roma* como punto de partida de la producción de películas latinoamericanas destinadas al *streaming*

En este punto, de carácter informativo, se ofrecen algunos datos sobre las temáticas provenientes de la región que sirven de base a los contenidos de las nuevas plataformas. La serie *Narcos*, de gran capacidad de convocatoria, por ejemplo. En ese camino, *Roma* constituye una novedad, pues es la primera vez, como ya adelantamos, que un largometraje coproducido por Netflix es lanzado a lo grande por esa plataforma.

El marco teórico- referencial cubre, entonces, el abanico completo del trabajo, desde la primera pantalla audiovisual hasta la experiencia que significa la película *Roma*.

## 4. MATRIZ DE CONSISTENCIA

### NETFLIX: EL NUEVO PARADIGMA EN LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN CINEMATOGRÁFICA GLOBAL Y SU INCIDENCIA EN EL CINE LATINOAMERICANO: ESTUDIO DEL CASO ROMA, DE ALFONSO CUARÓN

MATRIZ DE CONSISTENCIA

PREGUNTA PROBLEMA	OBJETIVO	HIPÓTESIS	VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADORES	POBLACIÓN/ MUESTRA	INSTRUMENTOS	METODOLOGÍA
<p><b>General:</b></p> <p>¿Hasta qué punto el nuevo paradigma que suponen Netflix y el <i>streaming</i> están influyendo en la producción y distribución cinematográfica globales y, especialmente, en América Latina?</p>	<p><b>General:</b></p> <p>Analizar el impacto de Netflix en los procesos de producción y distribución cinematográfica globales y su incidencia en el cine latinoamericano y describir el desarrollo tecnológico que posibilitó las emisiones por <i>streaming</i> y la aparición de Netflix como una empresa productora y distribuidora de largometrajes.</p>	<p><b>Principal:</b></p> <p>Que la plataforma de Netflix, y por extensión del <i>streaming</i>, está produciendo una seria alteración de un orden que parecía, si no inmutable pues estaba sujeto a las variaciones impulsadas por los cambios tecnológicos y sociales, si relativamente estable, en el ámbito cinematográfico.</p>	<p><b>Independiente:</b> Netflix y el <i>streaming</i></p> <p><b>Dependientes:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>La producción de películas de largometraje y su lanzamiento y exhibición en las salas públicas y en otras pantallas.</li> <li>La producción y difusión de películas propias y las de las compañías cinematográficas vía Netflix y los canales de <i>streaming</i>.</li> </ol>	<p><b>De la variable independiente:</b></p> <p>La producción y difusión de las películas producidas por Netflix y el <i>streaming</i>.</p> <p><b>De las variables dependientes:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Los largometrajes exhibidos en salas públicas.</li> <li>-Los largometrajes difundidos por la televisión.</li> </ul>	<p><b>Para la variable independiente:</b></p> <p>Expansión de la oferta de Netflix y el <i>streaming</i>, fortaleza económica, facilidad de acceso y potencialidad del mercado de espectadores</p> <p><b>Para las variables dependientes:</b></p> <p>Estado actual de la producción de largometrajes en el cine y la televisión.</p>	<p><b>Población:</b></p> <p>Netflix como fenómeno global.</p> <p>Cine latinoamericano en Netflix.</p> <p><b>Muestra:</b></p> <p>La película <i>Roma</i></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Análisis documental</li> <li>Análisis de contenido</li> <li>Entrevistas</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Análisis documental</li> </ol> <p>Marco teórico-referencial:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Teorías sobre la evolución de las pantallas, las series y las películas en el cine y la televisión</li> <li>- Teorías sobre el avance de la tecnología digital.</li> <li>- Marcos conceptuales que explican la irrupción de Netflix y el <i>streaming</i>.</li> <li>- Marcos referenciales de la producción de la Película <i>Roma</i>.</li> </ul> <ol style="list-style-type: none"> <li>Análisis de contenido</li> </ol> <p>-Aproximación al contexto de la realización de <i>Roma</i></p>
<p><b>Específicos:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>¿Qué estrategias de difusión ha elaborado Netflix en el espacio audiovisual y como se manifiestan en la producción y distribución de películas en América Latina?</li> </ol>	<p><b>Específicos:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Describir las estrategias de difusión de Netflix en el espacio audiovisual y su incidencia en los procesos de producción y distribución de películas de largometraje en América Latina.</li> </ol>	<p><b>Secundarias:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Que esa tendencia se puede reproducir en el área de la producción de películas hispanohablantes, como lo demuestra el caso de un éxito de audiencia y de reconocimiento crítico e institucional: la película <i>Roma</i>.</li> </ol>	<p><b>Independiente:</b></p> <p>El caso de la película <i>Roma</i>.</p> <p><b>Dependientes:</b></p> <p>Producción de películas latinoamericanas.</p>	<p><b>Independiente:</b></p> <p>Las estrategias de Netflix en América Latina.</p> <p><b>Dependiente:</b> El espacio potencial del <i>streaming</i> en América Latina</p>	<p><b>Independiente:</b></p> <p>IncurSIONES de Netflix en el espacio latinoamericano.</p> <p><b>Dependientes:</b></p> <p>La mayor o menor apertura de la producción latinoamericana a la convocatoria hecha por Netflix.</p>	<p><b>Población:</b></p> <p>Netflix como fenómeno global.</p> <p>Cine latinoamericano en Netflix.</p> <p><b>Muestra:</b></p> <p>La película <i>Roma</i></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Análisis documental</li> <li>Análisis de contenido</li> <li>Entrevistas</li> </ol>	<p>-Análisis estructural de los bloques secuenciales utilizando el modelo de descomposición de Francesco Casetti y Federico Di chio, así como el modelo de la gran sintagmática del film narrativo, de Christian Metz.</p> <p>-Análisis del funcionamiento audiovisual a partir de conceptos elaborados por Roland Barthes, Jacques Aumont, Andre Gaudreault, Francois Jost, Jesús García Jiménez y Francis Vanoye.</p>
<ol style="list-style-type: none"> <li>¿Qué significa la película "Roma" como</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Caracterizar el proceso de producción y</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Que la producción de <i>Roma</i> puede abrir espacios</li> </ol>	<p><b>Independiente:</b> El tratamiento narrativo y</p>	<p><b>Independiente:</b></p> <p>La experiencia particular de</p>	<p><b>Independiente:</b></p> <p>La experiencia inicial de una coproducción</p>	<p><b>Población:</b></p> <p>Netflix como fenómeno global.</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Análisis documental</li> </ol>	<p>- Análisis de campos semánticos de</p>

<p>primera propuesta de coproducción en el largometraje realizada por Netflix en América Latina?</p>	<p>distribución de la película <i>Roma</i> de Alfonso Cuarón como un hito en la producción cinematográfica en Latinoamérica</p>	<p>para el <i>streaming</i> en América Latina.</p>	<p>audiovisual de <i>Roma</i> <b>Dependiente:</b> Los nuevos modos de narración cinematográfica.</p>	<p><i>Roma</i> como coproducción de Netflix. <b>Dependiente:</b> Las coproducciones de Netflix en América Latina</p>	<p><b>Dependiente:</b> Las posibilidades de extensión de esa práctica coproductora.</p>	<p>Cine latinoamericano en Netflix. <b>Muestra:</b> La película <i>Roma</i></p>	<p>2. Análisis de contenido 3. Entrevistas</p>	<p>acuerdo al modelo de David Bordwell, y de los espacios audiovisuales según el modelo de García Jiménez.  -Análisis del punto de vista narrativo siguiendo la orientación de Gerard Genette.</p>
<p>3. ¿Qué novedad narrativa y audiovisual encontramos en <i>Roma</i>.</p>	<p>3. Analizar el funcionamiento expresivo de la película y su significación en la etapa inicial del <i>streaming</i> en la región latinoamericana.</p>	<p>3. Que los mecanismos audiovisuales y narrativos de la película pueden propiciar nuevos modos de acercarse a la narrativa cinematográfica en la región latinoamericana.</p>	<p><b>Independiente:</b> <i>Roma</i> como obra cinematográfica individual. <b>Dependiente:</b> La pluralidad de las propuestas en el <i>streaming</i>.</p>	<p><b>Independiente:</b> La novedad narrativa de <i>Roma</i>. <b>Dependiente:</b> Las posibilidades narrativas para el cine latinoamericano en el <i>streaming</i>.</p>	<p><b>Independiente:</b> El lanzamiento de una propuesta narrativa novedosa. <b>Dependiente:</b> La capacidad del mercado y la disponibilidad de las audiencias para aceptar propuestas distintas.</p>	<p><b>Población:</b> Netflix como fenómeno global. Cine latinoamericano en Netflix. <b>Muestra:</b> La película <i>Roma</i></p>	<p>1. Análisis documental 2. Análisis de contenido 3. Entrevistas</p>	

## 5. DISEÑO DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACION

### 5.1. Instrumento No 1: Análisis documental



#### PROYECTO:

**NETFLIX: EL NUEVO PARADIGMA EN LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCION CINEMATOGRAFICA GLOBAL Y SU INCIDENCIA EN EL CINE LATINOAMERICANO: Estudio de caso "ROMA" de Alfonso Cuarón**

#### INSTRUMENTO No 1. ANALISIS DOCUMENTAL

Este instrumento nos permitió realizar dos tipos de análisis de los documentos referidos al fenómeno Netflix y su incidencia en el cine latinoamericano. En este sentido los documentos analizados fueron sometidos a dos procesos de análisis:

a) **Análisis contextual:** Se seleccionaron los documentos mas relevantes producidos acerca de los procesos que conducen al surgimiento de Netflix y las transmisiones en *streaming*.

Las categorías observadas fueron:

- La pertinencia histórica
- La confiabilidad informativa
- El rigor conceptual
- La solidez argumentativa
- La facilidad para la adecuación al desarrollo de la investigación

b) **Análisis interno:** Los documentos seleccionados para el análisis fueron sometidos a un análisis de contenido textual, con el fin de identificar los datos claves para el enriquecimiento del análisis de nuestra investigación

Las categorías observadas fueron:

- Evolución de las pantallas
- Producción de largometrajes y series
- Expansión digital
- Confluencia de la pantallización y la revolución digital en Netflix y los canales de *streaming*
- Producción y distribución en Netflix
- Incorporación del ámbito latinoamericano en la producción de Netflix

## DIAGRAMA

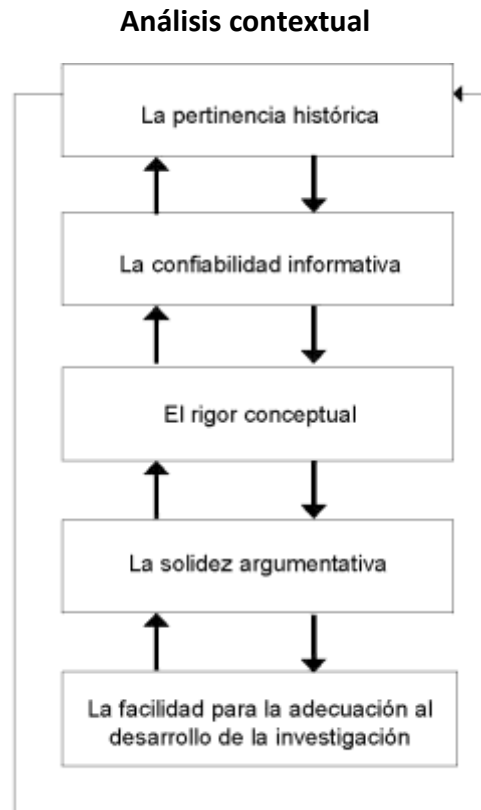


Figura No 1 Categorías de análisis contextual. Fuente: Elaboración propia

## Análisis interno

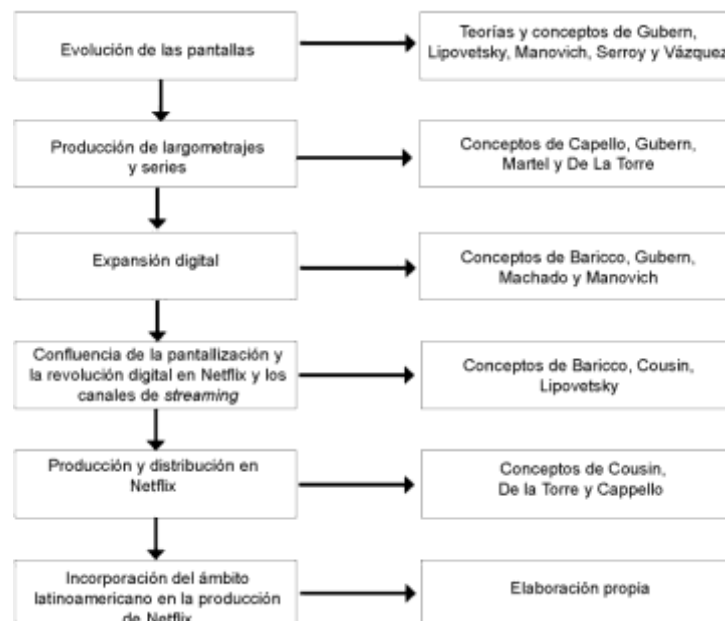


Figura No 2. Categorías de análisis interno. Fuente: elaboración propia



## 5.2. Instrumento No 2: Análisis de contenido



### **PROYECTO:**

**NETFLIX: EL NUEVO PARADIGMA EN LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN CINEMATOGRAFICA GLOBAL Y SU INCIDENCIA EN EL CINE LATINOAMERICANO: Estudio de caso "ROMA" de Alfonso Cuarón**

### **Instrumento n.º 2. Análisis de contenido**

Utilizando la técnica de Análisis de contenido se realizó un análisis de la película Roma de Alfonso Cuarón, con los siguientes pasos:

- Aproximación al contexto de la realización
- Análisis estructural de los bloques secuenciales utilizando el modelo de descomposición de Francesco Casetti y Federico Di chio, así como el modelo de la gran sintagmática del film narrativo, de Christian Metz.
- Análisis del funcionamiento audiovisual a partir de conceptos elaborados por Roland Barthes, Jacques Aumont, Andre Gaudreault, Francois Jost, Jesús García Jiménez y Francis Vanoye.
- Análisis de campos semánticos de acuerdo al modelo de
- David Bordwell, y de los espacios audiovisuales según el modelo de García Jiménez.
- Análisis del punto de vista narrativo siguiendo la orientación de Gerard Genette.

## DIAGRAMA

### 5.3. Instrumento No 3: Entrevista



#### **PROYECTO:**

**NETFLIX: EL NUEVO PARADIGMA EN LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCION  
CINEMATOGRAFICA GLOBAL Y SU INCIDENCIA EN EL CINE LATINOAMERICANO: Estudio de  
caso "ROMA" de Alfonso Cuarón**

#### **INSTRUMENTO No 3. ENTREVISTA**

Estimad@s:

Mi nombre es Isaac León Frías y actualmente me encuentro realizando una investigación cinematográfica sobre el impacto de Netflix en el cine latinoamericano, y centrando el objeto de estudio en la película Roma de Alfonso Cuarón. A continuación, les planteo algunas preguntas que guían mi investigación y agradezco su valiosa colaboración al responderlas pues me permitirá contrastar diversos puntos de vista acerca de una misma realidad cultural: el futuro del cine latinoamericano.

#### **Cuestionario**

1. Qué elementos comunes logra identificar entre las películas latinoamericanas que han ganado un Oscar (La historia oficial, El secreto de sus ojos, La mujer fantástica) y la película Roma, ¿o cree que no los hay?
2. ¿Considera usted que el hecho de que la película Roma fuese producida por Netflix influyó en el culto cinematográfico que el film generó desde su producción hasta la obtención del Oscar? ¿Hubiese sido distinto si la película hubiese tenido exclusivamente una distribución en salas?

3. ¿Cree usted que el “efecto Roma” va a favorecer el desarrollo del cine latinoamericano en la era Netflix?
  
4. Si bien las tecnologías digitales han disminuido considerablemente los costos de la producción cuales considera usted son las razones que el cine latinoamericano no logra ampliar sus audiencias más allá y escasamente del mercado iberoamericano?
  
5. ¿Cuáles fueron las reacciones del público mexicano frente a la película Roma desde el estreno hasta la obtención del Oscar?
  
6. ¿Cree usted que la obtención de Oscar de películas como Roma y Parásitos se inscribe en una lógica cultural en la cual la industria cinematográfica norteamericana está intentando ampliar y fidelizar nuevos públicos para sus producciones?
  
7. ¿Cómo ve la posibilidad de que México y otros países de la región empiecen a producir para sus eventuales canales de streaming propios?

¡Muchas gracias por vuestros valiosos aportes!

Isaac León Frías  
Lima, 28 de febrero de 2020

## 6. INFORME DE LA OPINIÓN DEL EXPERTO

### I. DATOS GENERALES:

1.1. Apellidos y nombres del validador:

**Córdova Piscoya Pedro**

.....

1.2. Grado Académico:

**Magister**

.....

1.3. Institución donde labora:

**Universidad San Ignacio de Loyola**

.....

1.4. Especialidad del validador:

**Investigación en comunicación y publicidad**

.....

1.5. Título de la investigación: **"Netflix: el nuevo paradigma en la producción y distribución cinematográfica global y su incidencia en el cine latinoamericano: Estudio de caso "ROMA" de Alfonso Cuarón".**

1.6. Autor de los Instrumentos: **Lic. Isaac León Frías**

1.7. Informe de validación:

Tras revisar la propuesta de investigación, el marco teórico referencial, la matriz de consistencia en función de la relación entre la pregunta problema, los objetivos, las hipótesis, las variables, las dimensiones, los indicadores y posteriormente los 3 instrumentos de investigación, considero que son pertinentes, toda vez que responden claramente a la necesidad de dar respuesta al objetivo y/o objetivos de investigación, en este caso indagar sobre el impacto de Netflix en el cine latinoamericano, y centrando el objeto de estudio en la película Roma, de tal manera que el trabajo de campo desarrollado, gracias a estos instrumentos, podrá ayudar claramente a conseguir la información necesaria para dar respuesta a los problemas formulados y validar las hipótesis propuestas.



---

**Mg. Pedro Córdova Piscoya**