

# Producción audiovisual desde la periferia: análisis sobre las percepciones de la plataformización del cine regional y la influencia de las plataformas SVOD a través del modelo de Hirsch.



**Audiovisual production from the periphery: an analysis of perceptions of the platformization of regional cinema and the influence of SVOD platforms through the Hirsch model.**

Miguel Angel Andrade Robles  
miguelangelandraderobles@gmail.com

Universidad Autónoma de Aguascalientes, México  
ORCID: 0009-0005-0940-4671

## ARTÍCULO

Recibido: 23 | 09 | 2025 • Aprobado: 24 | 02 | 2026

### RESUMEN:

El presente artículo ofrece un análisis sobre las percepciones en torno a la plataformización de la industria audiovisual contemporánea del cine regional considerando las necesidades socioculturales que han emergido a partir de la irrupción e influencia de las plataformas de distribución de video bajo demanda, SVOD. A partir de los resultados obtenidos en torno a un trabajo de investigación generado a través de un acercamiento de carácter etnográfico, que incluyó la observación participativa y entrevistas tanto informales como formales a profundidad como herramientas fundamentales a un equipo de producción específico, así como a otros productores locales, se pudo interpretar la influencia de dichas plataformas en las prácticas locales en el proceso de producción.

El artículo también pone en relieve una serie de situaciones y problemáticas diversas a las cuales se enfrentan los equipos de producción audiovisual fuera de los grandes centros de producción, ante la irrupción de las plataformas de distribución de video bajo demanda en el ecosistema mediático y sus estándares de calidad.

**Palabras clave:** Plataformización; Cine Regional; SVOD; Hirsch; Supraorganizacional; Netflix.

**ABSTRACT:**

This article offers an analysis of perceptions surrounding the platformization of the contemporary regional film industry, considering the sociocultural needs that have emerged from the rise and influence of video-on-demand (SVOD) distribution platforms. Based on the results obtained from research conducted through an ethnographic approach, which included participant observation and in-depth informal and formal interviews with a specific production team, as well as other local producers, the influence of these platforms on local production practices was interpreted.

The article also highlights a series of diverse situations and problems faced by audiovisual production teams outside major production centers, given the emergence of video-on-demand distribution platforms in the media ecosystem and their quality standards.

**Key words:** Platformization; Regional Cinema; Svod; Hirsch; Supra-Organizational; Netflix.

---

**Introducción**

La producción de ficción audiovisual es un campo esencialmente complejo, condicionado por una multitud de factores, económicos, culturales y tecnológicos.

La globalización y las dinámicas generadas por la misma han impactado significativamente en las prácticas de producción de contenidos audiovisuales tanto en los grandes centros de producción como fuera de ellos.

De acuerdo con autores como Lobato (2019), Nieborg (2018) y Poell (2020), en la última década, la expansión de las plataformas de Suscripción de Video Bajo Demanda (SVOD) ha reconfigurado de manera significativa el ecosistema audiovisual en América Latina, alterando las dinámicas de producción, distribución y consumo de contenidos cinematográficos. Plataformas globales como Netflix, Amazon Prime Video y Disney+ han incrementado su presencia en la región, consolidándose como actores centrales en la circulación de obras

audiovisuales y estableciendo nuevos estándares técnicos, narrativos y comerciales que impactan de forma desigual a las industrias nacionales y a las producciones independientes.

En el caso mexicano, este proceso ha generado oportunidades de visibilidad y financiamiento para ciertos proyectos, al tiempo que ha aumentado las asimetrías estructurales entre los grandes centros de producción y las cinematografías regionales. Diversos estudios han señalado que, si bien las plataformas SVOD han ampliado los canales de exhibición, también concentran la toma de decisiones en actores externos, lo que condiciona la autonomía creativa y las posibilidades de inserción de los productores locales dentro de un mercado altamente competitivo y globalizado (Lozano, 2022; García Canclini, 2020).

A pesar del creciente interés académico por la plataformización del audiovisual en América Latina, persiste un vacío en torno a las percepciones de los realizadores que operan desde contextos regionales y periféricos, particularmente respecto a la incidencia de las plataformas en la esfera Institucional o Supraorganizacional de la producción cinematográfica. Este vacío resulta relevante, ya que las decisiones tomadas por actores globales influyen directamente en las condiciones de producción local, aun cuando estos productores no formen parte de los centros hegemónicos de la industria.

En este contexto, el presente artículo analiza las percepciones de realizadores locales sobre la plataformización del cine regional a partir del caso Aguascalientes, México, utilizando el modelo de tres niveles de Hirsch (1977) para la producción de mensajes mediáticos, para examinar, con énfasis en la

esfera Supraorganizacional, la influencia de las plataformas SVOD sobre las prácticas y expectativas de los productores audiovisuales independientes.

En este estudio, se profundiza en cómo la plataformización ha reconfigurado la cadena de valor en la producción audiovisual regional, examinando las percepciones de equipos de producción y realizadores locales. El análisis se centra en la influencia de las plataformas a diferentes niveles, aplicando el modelo de Hirsch para comprender la producción de mensajes mediáticos, en este caso en el entorno del cine regional de Aguascalientes, México.

La irrupción y el éxito de las plataformas ha contribuido no sólo a cambiar las dinámicas de poder, sino también a aumentar la concentración de bienes y servicios. En el campo de la comunicación pública, esta concentración se da “en un reducido número de grupos multimedia” abarcando desde la etapa de producción hasta la “distribución de productos que actualmente estructura el comercio internacional” (Caballero, 2009, p. 150).

Los modelos de producción audiovisual, a lo largo de los años, se desarrollaron bajo la influencia de estructuras centralizadas, a cargo de los grandes estudios de cine y cadenas de televisión, las cuales dominaron la industria y la producción de mensajes durante gran parte del siglo pasado. Dicho dominio se caracterizó principalmente por, entre otras cosas: I) una centralización tanto geográfica como económica, II) un enfoque de producción hacia las masas, y III) ciertas limitaciones tecnológicas y de distribución. Pero tras la irrupción de las plataformas de Suscripción de Video Bajo Demanda, SVOD, por sus siglas en inglés, este enfoque ha cambiado.

Para el cine regional, dicha irrupción a potencializado los retos y barreras de producción audiovisual desde la periferia. De acuerdo con Canclini (2020) y Lobato (2019), el cine regional se entiende no solo como el conjunto de producciones audiovisuales realizadas en regiones territoriales específicas fuera de los principales centros industriales de producción cinematográfica, sino que se caracteriza, entre otras cosas, por condiciones estructurales de precariedad, menor acceso a financiamiento, infraestructura y circuitos de distribución, así como por una relación asimétrica con los actores hegemónicos del mercado audiovisual (2020; 2019). Para la presente investigación es importante esta definición, puesto que se aleja de esencialismos y se centra en sus condiciones dinámicas, relaciones de poder y posicionamientos estructurales.

En América Latina, la influencia de servicios de video bajo demanda como Netflix han generado debates sobre la competencia, la diversidad, la descentralización y el papel del Estado en la regulación en distintos mercados, especialmente en contextos periféricos con asimetrías estructurales profundas (Baladron y Rivero, 2019, p. 110).

En México, Netflix, la empresa líder en el sector ha decidido hacer una inversión de 1,000 millones de dólares, una inversión nunca vista en la región y en el sector (Suárez, 2025) para producir series y películas entre 2025 y 2029. Además, recientemente, en el marco del Primer Foro de la Industria Audiovisual en México, el Co-CEO de la empresa, Ted Sarandos, aseguró estar invirtiendo en la remodelación y mejora de los Estudios Churubusco de la Ciudad de México (Valdovinos, 2025). Sin embargo, a pesar de la inversión y la aparente apertura hacia la creación y distribución de productos culturales audiovisuales generados

en regiones fuera de las grandes urbes, Yuan (2023) apunta que entre los beneficiados solamente se encuentran las grandes empresas de medios y productoras ya establecidas, situadas en los principales centros de producción.

La producción en diferentes regiones y países nos habla de una descentralización de la producción de contenidos audiovisuales y de una apertura hacia la distribución y nuevas oportunidades para darle visibilidad a propuestas e historias nuevas. Sin embargo, dicha producción ha tenido que coexistir con la concentración del poder financiero y creativo de unas cuantas empresas globales, Netflix y otras plataformas, que han impuesto sus propias reglas para la producción y distribución. Si, por un lado, prometen visibilidad global, por el otro, las exigencias de estas compañías pueden ser demasiadas para nuevas o pequeñas casas productoras.

En este sentido, es preciso recordar que, como lo menciona Bourdieu (1999), son las élites quienes imponen su capital simbólico, y son las clases bajas y medias quienes lo consumen, en la forma de cultura y estilos de vida; pero es la clase media quien produce, es la fuerza laboral, el capital humano y la mano de obra que ayuda a generar contenidos culturales.

La producción cinematográfica en Aguascalientes se caracteriza por varios aspectos que reflejan tanto sus desafíos como su potencial. De acuerdo con Rodríguez-Pasillas (2024), las características y procesos clave para la producción en esta región van desde la producción de cine independiente de bajo presupuesto, hasta la falta de políticas públicas que respalden y promuevan la producción cinematográfica local, pasando por el uso ingenioso de locaciones dentro de la ciudad, el trabajo colaborativo entre miembros de la comunidad

productora audiovisual, la educación y formación de profesionistas del rubro y la falta de infraestructura y sistemas de apoyo para su distribución. Las estrategias para producir localmente se centran entonces en aprovechar recursos locales, fortalecer la colaboración comunitaria, sistematizar información para mejorar la visibilidad y fomentar contenidos que refuercen la identidad cultural de Aguascalientes.

De acuerdo con el mismo autor, bajo este panorama, las plataformas SVOD pueden ser ventanas de oportunidad para cineastas locales y emergentes. Sin embargo:

Al producir cine desde puntos geográficos alejados a la Ciudad de México, normalmente con muy poco recurso económico, existen diversos factores que ponen en riesgo la realización en cada una de sus etapas de producción, pero enfocándonos a la última de ellas, (la exhibición ante un público) hay una docena de proyectos no terminados, o que llevan más de una década de producción y no tienen asegurada una fecha de estreno (Rodríguez-Pasillas, 2024, p. 70).

Como señala Pasillas (2024), el cine producido en Aguascalientes ha estado marcado por iniciativas independientes y esfuerzos autogestivos, visibles en largometrajes como *Alcoholica* (2009), *Angel caído* (2011), *Blues de medianoche* (2014), *Tres* (2016) y *La productora de mi vida* (2020), entre otros; los cuales evidencian una búsqueda por construir narrativas locales fuera de los circuitos industriales tradicionales.

El presente artículo surge a partir de los hallazgos obtenidos tras una investigación de carácter etnográfico donde se tomó a un equipo de producción

independiente de Aguascalientes, México, como estudio de caso particular y los acercamientos previos con productores y realizadores locales, quienes fungieron como los porteros para la inserción al trabajo de campo

El equipo de producción seleccionado buscó, desde la gestión del proyecto, vender el largometraje a Netflix, viendo a la empresa californiana como una oportunidad factible para la distribución del producto final. El análisis de la percepción que se tiene de estas plataformas, de su proceso creativo y las aspiraciones comerciales del equipo de producción del que se ocupó la investigación y otros realizadores locales, ofrece también una visión de las tensiones entre las ambiciones locales y las exigencias de un mercado globalizado, donde la cultura, la regulación y la competencia son factores determinantes en el éxito de una empresa (Hsiao, 2024).

### **Estado de la cuestión y pertinencia del estudio**

La literatura científica especializada pone de manifiesto, de acuerdo con Andrade-Robles (2026), que los estudios relacionados con la producción audiovisual se pueden dividir en tres enfoques particulares: las audiencias, los contenidos y la producción en general (2026). Además de esto, resalta que las investigaciones académicas sobre las plataformas de video bajo demanda por suscripción (SVOD) ha crecido de manera sostenida en la última década, particularmente en torno a Netflix, empresa que ha concentrado gran parte del interés académico debido a su posición dominante y a su capacidad para transformar los modelos de producción, distribución y consumo audiovisual a escala global. Estudios como los de Martínez y Cuenca Orellana (2022) subrayan

que el auge de estas plataformas ha modificado significativamente las prácticas culturales y los hábitos de consumo de productos audiovisuales, ampliando la circulación de series y películas más allá de los circuitos tradicionales.

Netflix ha sido abordada como un caso paradigmático no solo por su alcance internacional, sino porque condensa debates históricos de los estudios audiovisuales, como las tensiones entre lo global y lo local, la diversidad cultural, la regulación y el imperialismo cultural; al tiempo que introduce nuevas dinámicas asociadas al uso de algoritmos, la personalización de la oferta y la mercantilización de las audiencias (García Leiva, Albornoz y Gómez, 2021, p. 2). Estas características han posicionado a la plataforma como un agente con capacidad de incidir de manera directa en los mercados audiovisuales nacionales y regionales.

Como se comentó al principio de este apartado, la literatura revisada permite identificar tres grandes ejes analíticos predominantes: los estudios centrados en las audiencias, aquellos enfocados en los contenidos y las representaciones, y, en menor medida, las investigaciones que analizan la producción audiovisual. Dentro de este último eje, que resulta central para el presente artículo, se observa un énfasis en las estrategias empresariales de las plataformas, los modelos de negocio, las políticas públicas y los marcos regulatorios, mientras que son escasos los trabajos que se aproximan empíricamente a los equipos de producción, particularmente en contextos periféricos o fuera de los grandes centros industriales.

En el ámbito de los contenidos, una parte significativa de la investigación se ha concentrado en el análisis de la diversidad y las representaciones sociales

presentes en las producciones originales de Netflix, problematizando si el incremento cuantitativo de contenidos se traduce efectivamente en una mayor diversidad cultural (Zurian et al., et al., 2021, p. 2). Por su parte, los estudios sobre audiencias han documentado la transformación de las dietas audiovisuales y la emergencia de nuevos hábitos de consumo, así como la relevancia de estas dinámicas para el diseño de políticas culturales (Martínez y Cuenca Orellana, 2022).

En contraste, los trabajos que abordan la producción audiovisual, tal es el caso de estudios de García Leiva y Albornoz (2021) y Iordache (2022), señalan que la expansión de las plataformas ha generado tanto oportunidades como tensiones para los agentes creativos. Investigaciones previas destacan la capacidad de Netflix para fomentar la descentralización de la producción y facilitar la participación de productoras independientes, aunque advierten que estos procesos no se distribuyen de manera equitativa entre regiones ni entre empresas de distinto tamaño (García Leiva y Albornoz 2021; Iordache, 2022). Asimismo, se ha señalado que la inversión de la plataforma tiende a favorecer mercados audiovisuales consolidados, reproduciendo desigualdades estructurales entre centros y periferias.

Desde una perspectiva institucional y regulatoria, diversos autores subrayan la disparidad en las respuestas estatales frente a la expansión de las plataformas SVOD, así como la falta de políticas públicas consistentes en países como México para regular su operación y proteger a los actores locales de la industria audiovisual (García-Leiva y Hernández Prieto, 2021. p. 863). Estas

asimetrías regulatorias refuerzan relaciones de poder desiguales entre las plataformas transnacionales y los productores locales.

Otro eje recurrente en la literatura es el papel del algoritmo como herramienta central en las estrategias de producción y distribución de Netflix. Estudios como los de Cornelio-Marí (2020) y Heredia-Ruiz et al. (2021) muestran cómo la lógica algorítmica contribuye a la construcción de proximidad cultural y a la segmentación de audiencias, influyendo indirectamente en los procesos creativos y en los criterios de selección de proyectos.

Pese a la amplitud de enfoques, la revisión de la literatura evidencia un vacío significativo en investigaciones cualitativas y etnográficas que analicen de manera directa las experiencias, percepciones y estrategias de los equipos de producción audiovisual en contextos regionales, particularmente en América Latina. Son escasos los estudios que examinan cómo los agentes creativos negocian las exigencias estéticas, comerciales e institucionales impuestas por las plataformas, así como las condiciones de precariedad laboral, inestabilidad económica y desigualdad que atraviesan estos procesos.

En este sentido, el presente artículo se inscribe en una línea de investigación que busca contribuir a este vacío, poniendo énfasis en la esfera o nivel supraorganizacional, donde intervienen actores externos como las plataformas SVOD, el mercado y los marcos regulatorios, sin perder de vista su articulación con las dimensiones Ocupacional y Organizacional de la producción audiovisual. Desde esta perspectiva, se propone analizar las percepciones de realizadores y productores regionales frente al fenómeno de la plataformización, entendiendo este proceso como un entramado de relaciones de poder,

expectativas y estrategias que reconfiguran el ecosistema cinematográfico contemporáneo.

## **Objetivos**

El objetivo principal del presente estudio es analizar y ofrecer un análisis crítico sobre las percepciones de realizadores respecto a la influencia de las plataformas SVOD sobre el cine regional. Esto se desarrolla en un entorno local del caso Aguascalientes, marcado por las deficiencias económicas, técnicas y la precariedad laboral que conlleva la creación de productos audiovisuales fuera de los grandes centros de producción nacionales.

Dicho análisis se plantea desde la esfera Supraorganizacional del modelo de Hirsch, funcionando como herramienta analítica para comprender cómo las dinámicas institucionales, regulatorias y globales inciden en las estrategias de producción y distribución de un equipo independiente en Aguascalientes. Este enfoque se justifica porque la teoría de Hirsch (1977) permite desentrañar las interacciones entre los niveles Ocupacional, Organizacional y Supraorganizacional, ofreciendo una visión integral de los procesos de producción mediática en contextos periféricos, donde las decisiones creativas se ven condicionadas por factores externos como políticas, regulaciones y tendencias globales (Reznik, 2018).

## **Justificación**

La presente investigación remarca la pertinencia de realizar investigaciones empíricas en torno a la producción audiovisual independiente regional en el

entorno digital actual, donde las plataformas han replanteado las reglas del juego en los parámetros de producción y distribución. Además, permite señalar la conveniencia de la utilización del modelo de Hirsch (1977) para la producción de mensajes mediáticos para el estudio de la producción audiovisual. Los hallazgos del presente artículo se derivan de un estudio que busca comprender a través de los tres niveles de las esferas propuestas en el modelo de Hirsch, cómo es que los actores interactúan y se influyen mutuamente en un equipo de producción independiente en Aguascalientes que aspira a vender su película a Netflix, donde se vive una disparidad de condiciones con respecto a los grandes centros de producción audiovisual del país, en un ambiente de precariedad laboral e inestabilidad económica.

A su vez, se describen las distintas percepciones de realizadores locales sobre las plataformas como ventanas para la distribución de producciones audiovisuales locales, de cara a los retos que enfrentan los productores independientes para acceder a mercados globales y competir con las grandes empresas mediáticas.

El presente artículo ofrecer una perspectiva sobre cómo los equipos de producción desde la periferia aprovechan no solo las nuevas tecnologías, sino las redes colaborativas y de intercambio de favores para sortear las barreras de entrada y producir contenidos de alta calidad.

## Marco teórico

### *El modelo de las tres esferas de Hirsch y su pertinencia para el estudio de la producción audiovisual*

El presente artículo se apoya en el modelo analítico propuesto por Hirsch (1977), el cual ha sido ampliamente utilizado para examinar los procesos de producción cultural y mediática a partir de la interacción de tres niveles interrelacionados: la esfera Ocupacional, la esfera Organizacional y la esfera Supraorganizacional o Institucional. Este enfoque resulta particularmente pertinente para analizar la producción audiovisual contemporánea en contextos atravesados por procesos de plataformización, ya que permite articular las experiencias individuales de los agentes creativos, las dinámicas internas de los equipos de trabajo y las condiciones estructurales impuestas por la industria, el mercado y la regulación.

Desde esta perspectiva, la producción de mensajes culturales no puede entenderse únicamente como el resultado de decisiones creativas individuales ni como una práctica aislada al interior de las organizaciones, sino como un proceso condicionado por múltiples fuerzas externas que operan de manera simultánea. En el caso de la industria audiovisual, dichas fuerzas incluyen las políticas públicas, los marcos regulatorios, las transformaciones tecnológicas, las lógicas del mercado global y, de manera creciente, la influencia de las plataformas de video bajo demanda por suscripción (SVOD), como Netflix.

Diversos autores han retomado y actualizado el modelo de Hirsch para el análisis de industrias culturales en contextos contemporáneos, destacando su utilidad para comprender la creciente complejidad de los ecosistemas mediáticos y las relaciones de poder que los atraviesan (Reznik, 2018). En este sentido, el

modelo permite identificar cómo las decisiones creativas y productivas se ven condicionadas por factores que exceden el control directo de los equipos de producción, especialmente en contextos periféricos, donde las asimetrías estructurales son más pronunciadas.

### **La esfera Supraorganizacional: plataformización, regulación y mercado audiovisual.**

Si bien el modelo de Hirsch considera la interdependencia de las tres esferas, este artículo pone especial énfasis en la esfera Supraorganizacional, entendida como el nivel en el que intervienen actores externos a las organizaciones productivas, tales como el Estado, los marcos regulatorios, los mercados globales, las tendencias culturales dominantes y, en el contexto actual, las plataformas SVOD.

La plataformización del sector audiovisual ha reconfigurado profundamente esta esfera, introduciendo nuevas lógicas de producción, distribución y circulación de contenidos (Lobato, 2019, p. 32). Plataformas como Netflix operan bajo modelos globalizados que establecen estándares técnicos, narrativos y comerciales que inciden directamente en los procesos de producción local, incluso antes de que exista un acuerdo formal de distribución. De este modo, la esfera Supraorganizacional se convierte en un espacio clave para comprender cómo las plataformas influyen en la planificación, financiamiento y ejecución de proyectos audiovisuales independientes.

En el contexto mexicano y latinoamericano, estas dinámicas adquieren una relevancia particular debido a la concentración de recursos en los grandes

centros de producción y a la limitada capacidad de negociación de los equipos periféricos. Como señalan García Leiva, Albornoz y Gómez (2021), la expansión de plataformas globales no solo reaviva debates clásicos sobre imperialismo cultural y diversidad, sino que también introduce nuevas formas de dependencia estructural y desigualdad en los mercados locales. En este sentido, la esfera Supraorganizacional permite analizar cómo las plataformas SVOD actúan como agentes con capacidad de redefinir las reglas del juego para los productores locales, condicionando tanto el acceso a los mercados como las posibilidades de visibilización cultural.

### **Operacionalización del modelo de Hirsch: diseño metodológico y selección del corpus.**

A partir de este marco teórico, el estudio adopta un enfoque metodológico cualitativo basado en la etnografía y en entrevistas a profundidad, con el objetivo de analizar las percepciones de distintos realizadores locales sobre la plataformización del cine regional. El artículo surge de los resultados de una investigación doctoral más amplia, en la que se realizó una etnografía de un equipo de producción independiente en Aguascalientes que buscaba comercializar su largometraje en Netflix, así como de entrevistas con otros realizadores locales que reflexionan sobre los efectos de las plataformas en sus prácticas profesionales.

La selección del corpus y de los participantes responde a criterios teóricos y metodológicos claramente definidos. En primer lugar, se priorizó el estudio de un equipo de producción que operara fuera de los grandes centros industriales del país, con el fin de analizar las dinámicas de la producción audiovisual desde

la periferia. En segundo lugar, se consideró indispensable que los participantes tuvieran experiencia directa o indirecta con plataformas SVOD, ya sea a través de intentos de negociación, procesos de adaptación técnica o reflexiones críticas sobre el modelo de negocio de estas empresas. Finalmente, se privilegió la disposición de los participantes para ser observados y entrevistados a lo largo del proceso productivo.

El modelo de Hirsch se utilizó como guía para el diseño de la guía de entrevistas y para la organización del análisis de los datos. Si bien las entrevistas abordaron aspectos correspondientes a las tres esferas, el presente artículo se centra en los hallazgos relacionados con la esfera Supraorganizacional, dado que es en este nivel donde se manifiestan con mayor claridad las tensiones derivadas de la plataformización. Las preguntas vinculadas a esta esfera permitieron explorar percepciones sobre regulación, mercado, identidad cultural y relaciones de poder entre productores locales y plataformas globales, aspectos que se desarrollan en el apartado de resultados.

### ***Articulación entre teoría, metodología y análisis***

La integración del modelo de Hirsch en el diseño metodológico no solo orientó la recolección de datos, sino que también permitió estructurar el análisis de los resultados de manera coherente y analítica. Al cruzar las percepciones de los realizadores con las categorías teóricas del modelo, fue posible identificar patrones que trascienden las experiencias individuales y dan cuenta de dinámicas estructurales más amplias.

En particular, el énfasis en la esfera Supraorganizacional facilita comprender cómo las plataformas SVOD operan como actores institucionales que influyen en las decisiones creativas, organizativas y estratégicas de los equipos de producción independientes. Sin dejar de lado las esferas ocupacional y organizacional, este enfoque permite situar las voces de los realizadores dentro de un entramado de relaciones económicas, políticas y culturales que condicionan la producción audiovisual contemporánea en contextos regionales.

De este modo, el marco teórico-metodológico propuesto no solo justifica la selección del corpus y de las técnicas de investigación, sino que también establece las bases analíticas para la interpretación de los resultados, evitando una descripción meramente anecdótica y favoreciendo una lectura crítica de los procesos de plataformización del cine regional en México.

### ***Plataformización y estándares de calidad en las SVOD: una regulación Supraorganizacional***

La expansión de las plataformas SVOD ha impulsado una creciente producción de contenidos originales, particularmente en América Latina, donde filmes como *Roma* (Cuarón, 2018), *Ya no estoy aquí* (Frías, 2019) o *Noche de fuego* (Huezo, 2021), distribuidos por Netflix, evidencian cómo las plataformas operan simultáneamente como espacios de circulación y como instancias de validación simbólica a escala global.

En este contexto de plataformización audiovisual, las plataformas SVOD no solo operan como intermediarias de distribución, sino como actores institucionales que establecen estándares de calidad técnica, narrativa y

organizativa que funcionan como mecanismos de regulación del campo audiovisual. Estos estándares, aunque presentados como criterios técnicos neutrales, constituyen dispositivos de poder que condicionan quiénes pueden acceder a los circuitos globales de exhibición y en qué condiciones (Lobato, 2020).

Diversos estudios han señalado que plataformas como Netflix han desarrollado especificaciones estrictas en torno a formatos de imagen, resolución, sonido, flujos de postproducción y control de calidad, que requieren no solo equipamiento especializado, sino también conocimiento técnico y capacidad organizativa para su cumplimiento (Tryon, 2015; Johnson, 2021). Estas exigencias tienden a favorecer a productoras consolidadas y a reproducir desigualdades estructurales entre centros y periferias de producción audiovisual.

Desde la perspectiva del modelo de Hirsch, estos estándares pueden entenderse como parte de la esfera Supraorganizacional, en tanto emanan de actores institucionales externos que anteceden y condicionan las prácticas organizacionales y ocupacionales. La adopción anticipada de dichos parámetros por parte de equipos independientes no responde únicamente a decisiones creativas, sino a estrategias de alineación simbólica y técnica orientadas a aumentar las probabilidades de acceso al mercado SVOD.

En contextos regionales, como el caso analizado, la internalización de estos estándares se traduce en una reconfiguración del proceso creativo, donde decisiones estéticas, técnicas y laborales son evaluadas en función de su compatibilidad con los criterios de las plataformas, incluso antes de existir un vínculo formal con ellas. Así, la calidad deja de ser una noción culturalmente

situada para convertirse en un criterio normalizado y transnacional, impuesto desde estructuras de poder globales.

### **Estrategia metodológica**

El estudio se basó en una metodología cualitativa que combina la etnografía con el modelo de las tres esferas de Hirsch, utilizado cada nivel como variables para analizar las distintas perspectivas que se tienen con relación a la plataformización del cine regional. El trabajo etnográfico implicó la observación participante del equipo de producción durante la etapa de grabación, la cual abarcó del 19 de julio al 8 de agosto de 2024, así como entrevistas semiestructuradas, charlas a profundidad, con miembros clave del equipo, antes, durante y después de las grabaciones; así como el acercamiento previo con realizadores y productores de la localidad.

Para conseguir los objetivos planteados, se utilizaron una serie de estrategias e instrumentos. En primera instancia se realizaron una serie de entrevistas preliminares con realizadores y productores locales, con quienes se fueron tejiendo redes de información. Además, dichas entrevistas sirvieron para generar debate en torno a la plataformización del cine regional.

A través de los acercamientos con los realizadores se logró localizar a un equipo de producción cuyas características encajan con los propósitos de esta investigación: un equipo que bajo sus propias limitantes pretendiese ingresar su producto final a la plataforma líder del sector, Netflix.

Una vez insertado en el equipo de producción y durante el trabajo de campo, se realizó observación participante y entrevistas informales con los

realizadores, utilizando el modelo de Hirsch como guía y cada nivel como variable, además de un diario de campo para la recolección e interpretación de los datos.

Para la presente investigación se tuvieron consideraciones éticas, garantizando el anonimato y la confidencialidad de los participantes, así como el resguardo de la información recopilada. Se generaron cartas de consentimiento informado que fueron firmadas por cada participante.

Además de los realizadores y productores que fungieron como porteros, que dieron entrada al trabajo de campo, una vez iniciado el rodaje, se seleccionaron participantes clave para la gestión del proyecto de acuerdo con la propia apertura que hubo dentro del propio personal, los cuales se presentan en la Tabla 1.

**Tabla 1**

*Participantes*

No.	Puesto	Sexo	Edad	Fecha de entrevistas	Fecha de charlas	Clave
1	Productora	M	46	10/05/24	NA	AR1
2	Realizadora	M	38	27/05/24	NA	VE1
3	Guionista	H	32	19/07/24	19/07/24 al 8/08/24	CR1
4	Sonidista	H	38	11/08/24	19/07/24 al 8/08/24	HE1
5	Director	H	37	05/12/24	19/07/24 al 8/08/24	HA1

(continúa)

No.	Puesto	Sexo	Edad	Fecha de entrevistas	Fecha de charlas	Clave
6	Productora	M	25	24/07/24	19/07/24 al 8/08/24	ZA1
7	Maquillista	M	19	23/07/24	19/07/24 al 8/08/24	JE1

*Fuente:* elaboración propia.

Esta selección se fundamentó en la relevancia de sus roles dentro de la cadena de producción, su experiencia previa en la industria audiovisual y su disposición a participar activamente en el estudio. La combinación de la etnografía y el modelo de Hirsch permite una comprensión holística de cómo los distintos miembros de equipos de producción independiente y realizadores locales en Aguascalientes se enfrentan a desafíos y oportunidades de la industria cinematográfica contemporánea, al tiempo que busca alcanzar una audiencia global tras la irrupción y éxito de las plataformas SVOD. Este enfoque metodológico facilita identificar las distintas perspectivas que se tienen de las plataformas de distribución de video y los factores clave que influyen en el éxito o fracaso de proyectos cinematográficos independientes en contextos periféricos, de precariedad e inestabilidad económica, con las limitantes que esto conlleva, utilizando estrategias basadas en el trabajo colaborativo y la optimización de los recursos.

Para la realización de las entrevistas, tanto preliminares como dentro del equipo de producción, se han agrupado las preguntas principales de acuerdo con las tres esferas del modelo de Hirsch en la Tabla 2. La guía funcionó tanto para

las entrevistas informales, las cuales se registraron en un diario de campo; como para las entrevistas semi estructuradas y a profundidad.

**Tabla 2**

*Dimensiones analíticas de la entrevista según el modelo de Hirsch*

Esfera de análisis	Dimensión	Eje analítico
Supraorganizacional	Regulación y políticas	Incidencia de normativas y estándares SVOD en la producción local
Supraorganizacional	Mercado global	Tensiones entre demandas globales y producción regional
Supraorganizacional	Cultura e industria	Percepciones sobre homogeneización cultural y autonomía creativa
Organizacional	Prácticas de producción	Adaptación de flujos de trabajo a plataformas
Ocupacional	Trayectoria y ethos	Identidad profesional frente a la plataformización

*Fuente:* elaboración propia.

La aplicación del rigor metodológico se adaptó de acuerdo a las particularidades del entorno de producción cinematográfica, donde la creatividad y la logística a menudo requieren soluciones flexibles y pragmáticas. Las entrevistas semiestructuradas y a profundidad fueron seleccionadas como técnica principal de recolección de datos debido a su capacidad para recuperar las percepciones, interpretaciones y estrategias de los realizadores frente a las transformaciones que introduce la plataformización del audiovisual, particularmente en la esfera Supraorganizacional del modelo de Hirsch.

Con la información recolectada se realizó un análisis a partir del modelo propuesto por Hirsch. En cada nivel hay cierta inferencia con relación a las plataformas SVOD, lo que ayuda a entender las particularidades de la producción audiovisual contemporánea en un ambiente de precariedad y disparidad laboral bajo la influencia de estas. El corpus de entrevistas se consideró suficiente en la medida en que permitió identificar patrones recurrentes en los discursos de los participantes respecto a las regulaciones, exigencias técnicas y tensiones entre lo local y lo global impuestas por las plataformas SVOD, alcanzando un punto de saturación teórica acorde con los objetivos del estudio.

La aproximación teórico-práctica permite hacer un análisis completo de dicha disparidad, examinar las estrategias empleadas por equipos periféricos y evaluar el impacto de las plataformas SVOD en el ecosistema mediático actual. La selección del corpus responde a un criterio teórico analítico más que a uno de representatividad estadística. El equipo de producción estudiado constituye un caso paradigmático para analizar las percepciones en torno a la plataformización del cine regional, en tanto se trata de una producción independiente desarrollada en un contexto periférico que buscó activamente su inserción en una plataforma SVOD de alcance global como Netflix.

## Resultados

Los resultados se organizan a partir del modelo de las tres esferas para la producción de mensajes propuesto por Hirsch, entendidas aquí no como niveles aislados, sino como dimensiones interrelacionadas. Si bien se recuperan

hallazgos correspondientes a las esferas ocupacional y organizacional, el análisis enfatiza la esfera Supraorganizacional, en tanto eje estructurante que condiciona las decisiones creativas, organizativas y laborales del equipo de producción. Los hallazgos se presentan en forma de patrones analíticos, contruidos a partir del cruce entre las entrevistas, la observación etnográfica y el marco teórico.

### ***Esfera Ocupacional***

#### **Trayectorias heterogéneas y motivaciones diferenciadas en contextos periféricos.**

En la esfera Ocupacional se identificó una amplia diversidad de trayectorias profesionales, marcado por formaciones heterogéneas y recorridos laborales fragmentados, característica común de la producción audiovisual independiente en contextos periféricos. En este nivel, las plataformas comienzan a manifestarse, con relación a las ideologías que tienen los realizadores respecto a ellas como medida de éxito o motivación personal.

#### **Motivaciones, nociones de éxito y expectativas divergentes.**

La esfera ocupacional muestra la coexistencia de motivaciones compartidas y expectativas divergentes respecto al futuro profesional y la noción de éxito. De manera general, los participantes expresan una fuerte vocación por contar historias y producir obras de calidad, aun en condiciones presupuestarias limitadas. No obstante, estas motivaciones se matizan según la edad, la experiencia y el momento de inserción en el campo. Mientras algunos participantes jóvenes conciben su participación como una etapa formativa

transitoria, de igual modo, la percepción sobre las ventajas de la plataformización como herramienta para contar historias.

Los miembros con mayor trayectoria articulan su motivación en términos de arraigo territorial y desarrollo local: “Para mí no es importante llegar a una plataforma, una vez que lleve a festivales mi película quiero que la vean gratis” (comunicación personal, 6 de septiembre de 2024). Mientras que, para los cineastas más jóvenes, el llegar a plataformas es no solamente una forma de recuperar lo invertido y vivir de ello, sino una motivación extra, “yo tuve una película en una plataforma y verla junto a títulos como *Volver al futuro* era realmente increíble” (comunicación personal, 5 de diciembre de 2024). Esta diversidad de expectativas con relación a la plataformización de los productos cinematográficos realizados en el estado revela diferencias substanciales sobre las ideas de profesionalización y éxito.

### ***Plataformización, sacrificio personal y compromiso vocacional***

La percepción de las plataformas SVOD aparece, en la esfera ocupacional, como una fuente simultánea de oportunidad y presión. Los participantes reconocen su potencial para ampliar audiencias y generar ingresos, pero también señalan el incremento de la competencia y la homogeneización de contenidos: “es que, con la tecnología de hoy, todos están haciendo contenidos audiovisuales” (comunicación personal, 11 de julio de 2024).

Este contexto se traduce en sacrificios personales significativos, normalizados como parte del oficio. Las entrevistas dan cuenta de renunciadas familiares, económicas y laborales durante el rodaje:

Cuando se realiza una película son rodajes de 8 y 10 horas al día... sacrificué semanas de no verlo... yo no cobré ni un peso. Estamos bajo la promesa de que cuando se venda este, pues nos toque un porcentaje. (Entrevista con participante, 5 de diciembre de 2024)

Por otro lado, “Netflix quería comprar mi producto por, literalmente, tres pesos, así que les dije que no, es mi bebé, es mi idea” (Entrevista con participante, 22 de junio de 2024)

Este patrón evidencia una ética vocacional profundamente arraigada, donde la pasión por el cine legitima condiciones laborales precarias, especialmente en contextos periféricos.

## **Esfera Organizacional**

### ***Horizontalidad operativa y tensiones internas en la producción independiente***

En la esfera organizacional se identifica un patrón de estructura horizontal flexible, característica de los equipos independientes de bajo presupuesto. Esta configuración facilita la agilidad en la toma de decisiones y la optimización de recursos, “no rentamos nada del equipo... los cámaras tienen su propio equipo” (comunicación personal, 19 de julio de 2024), pero también intensifica las diferencias creativas, ritmos de trabajo y expectativas profesionales, derivado de las exigencias técnicas de las plataformas: “las plataformas nos han hecho más perfeccionistas, tenemos que cumplir con sus estándares de calidad técnico” (Entrevista con participante, 23 de junio de 2024).

### ***Validación externa, estrategias y participación interregional***

Un patrón relevante es la búsqueda de validación externa, especialmente a través de la incorporación de actores provenientes de la Ciudad de México. Esta estrategia, pensada para fortalecer el proyecto frente a plataformas, generó tanto reconocimiento como conflicto: “Llegaron soberbios... después de ver el material... dijeron guau... estamos creando algo del nivel de cualquier película del cine mexicano” (entrevista con participante, 5 de diciembre de 2024).

Sin embargo, también se documentaron tensiones derivadas de la adaptación de estos actores a las condiciones de una producción independiente, evidenciando la brecha entre los estándares de los circuitos centrales y las realidades periféricas: “Cada minuto que se nos va es dinero tirado que no tenemos... fue muy tortuoso trabajar con ellos” (comunicación personal, 14 de diciembre de 2024).

Estas fricciones revelan cómo las dinámicas organizacionales están atravesadas por desigualdades estructurales del campo audiovisual nacional.

### **Esfera Supraorganizacional**

#### ***La plataformización como marco estructural percibido del cine regional***

En la esfera Supraorganizacional, los resultados evidencian que los realizadores conciben la plataformización no únicamente como un cambio tecnológico en los modos de distribución, sino como un marco estructural externo que redefine las condiciones de posibilidad del cine regional. Las plataformas SVOD son percibidas como actores con capacidad de incidir en las decisiones creativas, técnicas y organizativas incluso antes de que exista una relación contractual

formal, operando como un horizonte normativo que orienta la producción audiovisual desde contextos periféricos.

Desde esta perspectiva, la aspiración de insertar el largometraje en Netflix no se limita a un objetivo comercial, sino que funciona como un principio organizador del proyecto, influyendo en la planeación, los estándares técnicos y las estrategias de legitimación. Como señala uno de los participantes: “Siempre le tiramos a Netflix... qué cámaras aceptan, cómo calibrarlas, el formato de sonido... todo se hizo buscando los parámetros que aceptan Netflix” (entrevista con participante, 5 de diciembre de 2024).

Esta percepción confirma el planteamiento de Hirsch (1977) respecto al peso del subsistema institucional, en el cual actores externos; en este caso, las plataformas SVOD establecen reglas del juego que condicionan los niveles organizacional y ocupacional, aun sin intervenir directamente en la producción cotidiana.

### ***Alineación anticipada y percepción de estandarización***

Un patrón central es la alineación anticipada con los parámetros de las plataformas, percibida como condición necesaria para acceder al mercado global. Los realizadores asumen que cumplir con estándares técnicos y narrativos específicos incrementa las posibilidades de venta, lo que conduce a una adaptación previa del proyecto a lógicas industriales externas.

Esta alineación no se experimenta únicamente como una imposición, sino también como una estrategia pragmática para competir desde la periferia. Sin embargo, los testimonios revelan una conciencia clara de que dicha adaptación

puede implicar procesos de estandarización del contenido, lo que tensiona la identidad del cine regional al subordinar decisiones creativas a criterios globales.

### ***Percepción de cierre institucional y concentración de poder***

Otro patrón relevante en la esfera Supraorganizacional es la percepción de acceso restringido a las plataformas SVOD. Los realizadores describen a estas empresas como espacios altamente cerrados, donde el ingreso depende de contactos, intermediarios y capital simbólico acumulado en circuitos centrales: “Es el club de Toby... es muy difícil conseguir los mails, los números... y que te contesten” (entrevista con participante, 5 de diciembre de 2024).

Esta percepción de cierre institucional refuerza la idea de una industria audiovisual jerarquizada, donde la plataformización no elimina las desigualdades estructurales, sino que puede profundizarlas. En términos del modelo de Hirsch, las plataformas operan como nodos supraorganizacionales que concentran poder de decisión y definen qué proyectos resultan visibles, financiables o legítimos.

### ***Precarización estructural y financiamiento fragmentado en el contexto plataformizado***

La esfera Supraorganizacional también se caracteriza por una percepción extendida de precarización estructural, asociada tanto a la falta de apoyos institucionales sistemáticos como a la lógica aspiracional de las plataformas. Ante la ausencia de financiamiento estable, el equipo recurrió a esquemas fragmentados que combinan fondos públicos locales, apoyos comunitarios y

trabajo no remunerado: “El guionista, la productora y yo nos quedamos sin pago, bajo el acuerdo de que una vez que se venda el producto...” (comunicación personal, 28 de julio de 2024).

Asimismo, los realizadores señalan el desconocimiento y la complejidad de los mecanismos institucionales de apoyo como un obstáculo adicional: “muchas veces ni los que nos dedicamos a esto conocemos que hay muchos apoyos” (comunicación personal, 14 de julio de 2024).

Estas percepciones evidencian que la plataformización del cine regional se experimenta en un contexto de alta incertidumbre, donde el riesgo económico se desplaza hacia los productores independientes, reforzando condiciones de trabajo inestables.

### ***Comunidad local como estrategia de mediación frente a la plataformización***

Finalmente, los resultados muestran que, frente a la distancia institucional de las plataformas y la precariedad estructural, la comunidad local adquiere un papel central como mediadora entre lo global y lo local. Redes familiares, comerciantes y habitantes del territorio sostuvieron materialmente la producción: “Mi mamá hace préstamos... me puse de acuerdo con el señor para que nos mandara guisados todos los días” (comunicación personal, 15 de julio de 2024).

Esta mediación comunitaria es percibida por los realizadores no solo como un recurso de supervivencia, sino como un rasgo distintivo del cine regional, que

permite articular aspiraciones globales sin desprenderse completamente del arraigo territorial.

## Discusión

### *Plataformización y producción audiovisual regional desde la esfera Supraorganizacional*

La discusión se centra en la percepción e influencia de las plataformas de *streaming* en la configuración de la producción audiovisual local en México, destacando cómo sus parámetros técnicos, narrativos y comerciales moldean las decisiones creativas, organizativas y financieras de los cineastas independientes que operan fuera de los principales polos de producción. Desde la experiencia de los realizadores entrevistados, la plataformización del cine regional no se percibe únicamente como una transformación tecnológica o de distribución, sino como un reordenamiento estructural del campo audiovisual, en el que actores externos, principalmente las plataformas SVOD, adquieren un papel central en la definición de lo que es producible, vendible y visible.

En este sentido, los resultados dialogan con lo planteado por Vitkauskaite (2020), al evidenciar la tensión constante entre la autonomía artística y las presiones comerciales impuestas por las plataformas. Sin embargo, mientras gran parte de la literatura aborda esta tensión desde industrias consolidadas, el presente estudio muestra que, en contextos regionales periféricos, dicha tensión se vive como una condición de acceso: los realizadores asumen desde etapas tempranas del proceso creativo que alinearse con los estándares de plataformas

como Netflix es una estrategia casi obligada para aspirar a la circulación global de sus obras.

Desde el modelo de Hirsch, estos hallazgos se inscriben claramente en la esfera Supraorganizacional, entendida como el conjunto de instituciones, normas, mercados y agentes externos que condicionan la producción cultural. Tal como lo anticipa el modelo, las decisiones tomadas en esta esfera anteceden y estructuran las dinámicas organizacionales y ocupacionales. En el caso analizado, la plataforma funciona como un actor institucional dominante, aun sin una relación contractual directa, influyendo en elecciones técnicas (formatos de cámara y sonido), narrativas (ritmos, géneros, duración) y estratégicas (casting, expectativas de mercado).

La irrupción de las plataformas SVOD ha desafiado los modelos tradicionales de toma de decisiones en la industria cinematográfica, no solo llevando a los estudios de Hollywood a reconsiderar sus estrategias de producción y distribución (Hadida et al., 2021), sino también impactando de manera profunda a productoras pequeñas e independientes. Como señalan Johnson (2021) y Rivero y Bizberge (2022), el aumento en la producción de contenidos originales por parte de las plataformas ha transformado a estas empresas en estudios de producción integrados verticalmente, redefiniendo la cadena de valor audiovisual. Los resultados de este estudio muestran que dicha reconfiguración se traduce, a nivel regional, en una percepción de asimetría estructural, donde el acceso a estos mercados se experimenta como opaco, restringido y altamente concentrado.

En América Latina, la rápida transformación de los dispositivos de producción y reproducción tecno-informacional ha generado un ecosistema cultural inestable y cambiante (Retis y Caballero, 2011). Los realizadores entrevistados reconocen esta inestabilidad no solo como un riesgo, sino también como una oportunidad ambivalente: por un lado, las plataformas amplían las posibilidades de visibilidad del cine regional; por otro, intensifican la competencia, la precarización laboral y la dependencia de actores externos para la validación y circulación de los proyectos.

Desde esta perspectiva, la plataformización del cine regional se configura como un proceso profundamente Supraorganizacional, en el que las plataformas SVOD operan como gatekeepers globales, redefiniendo las reglas del juego para productores ubicados en la periferia. Más que un simple canal de distribución, las plataformas son percibidas por los realizadores como instancias que reconfiguran las relaciones de poder en la industria audiovisual, reforzando desigualdades territoriales preexistentes y condicionando las posibilidades de desarrollo sostenible del cine regional mexicano.

### **Interpretación de los Resultados**

La percepción generalizada entre los realizadores locales de Aguascalientes respecto a las plataformas del cine regional es heterogénea, reconociendo tanto las oportunidades de visibilidad y acceso a nuevos mercados como las presiones inherentes a la estandarización de contenidos y la mercantilización del arte (Neira et al., 2023). Salvo algunos casos particulares, se reconoce que las plataformas no influyen directamente en la producción, sino como posibles

opciones para la distribución, sin ser las únicas. Se reconoce a nivel general que dichas plataformas no obstaculizan la práctica.

No obstante, esta percepción se matiza al considerar el impacto de la pandemia de COVID-19, que forzó a una mayor dependencia de estas plataformas para la exhibición y apreciación del cine, especialmente el cine independiente y de cortometraje (Gao, 2024). Esta coyuntura forzó una adaptación significativa en los hábitos de consumo cultural, consolidando la preferencia por los servicios de video bajo demanda y la creación de un nuevo paradigma para la exhibición cinematográfica (Gao, 2024).

La creciente demanda de contenidos audiovisuales ha provocado que las plataformas de *streaming* se enfoquen en la producción de contenido original para satisfacer las demandas de los espectadores, adaptándose a las tendencias de consumo y preferencias de género (Alforova et al., 2021). Para los creadores, productores y cineastas locales, esto representa una oportunidad sin precedentes para la distribución de sus obras y seguir contribuyendo a generar una industria de producción audiovisual en la región, alineando sus estrategias de producción con las expectativas de un público globalizado y las exigencias de la industria (Alforova et al., 2021). Sin embargo, esta adaptación implica también resolver desafíos como el de la financiación de los proyectos desde la periferia, además de tratar de equilibrar la visión artística con las métricas de éxito y retención que las plataformas priorizan.

## Implicaciones teórico-prácticas y limitaciones del estudio

Este balance crítico sobre la discusión de los cineastas y realizadores locales en torno a la plataformización del cine regional resalta la complejidad de navegar medioambientes mediáticos en constante cambio. La proliferación de estas plataformas, ejemplificada por el ascenso de Netflix, ha intensificado la competencia por la atención de la audiencia, transformando las métricas de éxito del cine tradicional hacia un enfoque en la retención y el *engagement* digital (Tian, 2024). Este cambio paradigmático impulsa a los creadores a considerar no solo la calidad artística, sino también la capacidad de sus obras para generar una conexión continua con el espectador en un entorno de sobrecarga de contenido.

Los creadores fuera de los grandes centros de producción afrontan desafíos adicionales relacionados con la visibilidad y el acceso a los recursos, lo que enfatiza la necesidad de estrategias innovadoras no solo para la distribución y promoción de sus obras (Panda et al., 2023), sino para la propia producción. En este contexto, teorías como la de los tres niveles para la producción de mensajes mediáticos de Hirsch cobra particular relevancia, dado que permite analizar cómo las dinámicas entre los subsistemas técnico, gerencial e institucional influyen en la capacidad de los realizadores locales para producir y distribuir contenido en el ecosistema de las plataformas digitales (Tang y Wei, 2023).

A pesar de la relevancia del modelo de Hirsch, un estudio de este tipo enfrenta limitaciones inherentes, como la subjetividad en la recolección de percepciones y la representatividad de la muestra de realizadores locales. Estas limitaciones pueden afectar la generalización de los hallazgos a un contexto más

amplio, requiriendo estudios futuros con metodologías que aborden estas consideraciones para una comprensión más exhaustiva del fenómeno.

Además, es crucial reconocer que la rápida evolución del sector de las plataformas de *streaming*, con nuevos competidores y estrategias emergentes como las de Netflix que priorizan el contenido original para mantener su dominio, exige una actualización constante de los marcos analíticos para capturar la totalidad de sus implicaciones en la producción audiovisual local (Xi, 2024).

### **Futuras líneas de investigación**

Se sugiere que investigaciones futuras amplíen el alcance geográfico del estudio para incluir a realizadores de diversas regiones, permitiendo así una comparación entre diferentes contextos culturales y económicos, y proporcionando una visión más completa de la adaptación local a las dinámicas globales de plataformización. Asimismo, se propone explorar el impacto diferenciado de distintas plataformas, considerando la diversidad de sus modelos de negocio y sus nichos de mercado, desde las grandes corporaciones hasta las plataformas emergentes que apuestan por contenidos de nicho o formatos innovadores como los videos cortos, los cuales han ganado impulso en los últimos años (Y. Yuan, 2023).

También es pertinente investigar la efectividad de las estrategias de financiamiento colectivo, *crowdfunding*, y las colaboraciones con organizaciones no gubernamentales como alternativas para la producción y distribución de cine independiente en el contexto de la plataformización (Poell, 2020). Asimismo, se

deberían considerar estudios longitudinales que permitan evaluar la evolución de estas percepciones y estrategias a lo largo del tiempo, en respuesta a los cambios continuos en el nuevo ecosistema mediático digital y la creación de políticas en torno a las plataformas SVOD.

Las investigaciones actuales en el ámbito se pueden clasificar en tres grandes vertientes: las audiencias, los contenidos y la producción de dichos contenidos, siendo este último enfoque incipiente puesto que la mayoría de los estudios se centran en el impacto de las plataformas OTT en el comportamiento del consumidor y la diversificación de contenidos (Panda et al., 2023). Además de esto, las propias plataformas se blindan con la confidencialidad de sus datos e información recabada, dificultando un análisis transparente de cómo impactan las estrategias de contenido de productores audiovisuales. Por lo tanto, se propone realizar más estudios empíricos en campo, centrándose en el análisis de las cadenas de valor y las interdependencias que emergen de las estrategias de producción basadas en plataformas SVOD.

## Conclusiones

Este trabajo ha examinado la compleja interacción entre la plataformización del cine y la producción audiovisual local, a partir de las percepciones de realizadores y equipos de producción. Se identificó que, si bien las plataformas digitales ofrecen oportunidades significativas para la visibilidad y el acceso a nuevos mercados, también imponen desafíos relacionados con la adaptación a las métricas de éxito centradas en el *engagement* y la retención del espectador (Schulz et al., 2021); esto a través de la producción de contenidos originales y

otras estrategias de *marketing*. Los hallazgos sugieren una tensión inherente entre la autonomía creativa y las demandas algorítmicas (Y. Yuan, 2023), que influyen y reconfiguran las estrategias de producción y distribución en el ámbito local.

La utilización del modelo de Hirsch para analizar la producción de mensajes mediáticos demostró ser pertinente al iluminar las influencias de los subsistemas técnico, gerencial e institucional en la capacidad de los realizadores locales para navegar en el nuevo ecosistema mediático digital. Específicamente, este enfoque permitió identificar cómo las exigencias tecnológicas de las plataformas, subsistema técnico, influyen en las decisiones de formato y narrativa, las estrategias de monetización y distribución; subsistema gerencial, impactan la viabilidad económica de los proyectos, y las normativas y expectativas culturales; subsistema institucional, configuran el contenido, recepción y la propia realización.

Además, se observó cómo las redes colaborativas entre realizadores locales y la sociedad en general contribuyen a mitigar algunos de los desafíos impuestos por la plataformización. Estas redes facilitan el intercambio de conocimientos y recursos, elementos cruciales para la creación de proyectos sostenibles en un mercado dominado por casas productoras consolidadas, cadenas de televisión y las grandes corporaciones de *streaming*, quienes han impuesto sus propias reglas en el nuevo ecosistema mediático digital.

## Referencias

- Alforova, Z., Marchenko, S., Kot, H., Medvedieva, A., y Moussienko, O. (2021). Impact of Digital Technologies on the Development of Modern Film Production and Television. En *Rupkatha Journal on Interdisciplinary Studies in Humanities*, 13(4). <https://doi.org/10.21659/rupkatha.v13n4.72>
- Andrade, M. (2026). *Plataformización e industria audiovisual contemporánea: Etnografía de equipos de producción en México* [Tesis de doctorado no publicada]. Universidad Autónoma de Aguascalientes.
- Baladron, M., y Rivero, E. (2019). Video-on-demand services in Latin America: Trends and challenges towards access, concentration and regulation. En *Journal of Digital Media and Policy*, 10(1), 109–126. [https://doi.org/10.1386/jdmp.10.1.109\\_1](https://doi.org/10.1386/jdmp.10.1.109_1)
- Bourdieu, P. (1999). *Language and symbolic power*. Harvard University Press.
- Caballero, F. S. (2009). Economía política de la comunicación y teoría crítica. Apuntes y tendencias. En *Revista Científica de Información y Comunicación*, 6, 149–171.
- Cornelio-Marí, E. M. (2020). Mexican melodrama in the age of Netflix: Algorithms for cultural proximity. *Comunicacion y Sociedad (Mexico)*. <https://doi.org/10.32870/cys.v2020.7481>
- Gao, Y. (2024). Film as a Form of Cultural Medium: Trends of the Film Industry. En *Transactions on Social Science, Education and Humanities Research* (Vol. 11).

- García-Leiva, M. T., y Hernández Prieto, M. (2021). Platforms and audiovisual policy: Netflix in Spain. En *Estudios Sobre El Mensaje Periodístico*, 27(3), 855–866. <https://doi.org/10.5209/ESMP.73591>
- García-Leiva, M. T., Albornoz, L. A., y Gómez, R. (2021). Netflix y la transnacionalización de la industria audiovisual en el espacio iberoamericano. *Comunicación y Sociedad*, 2021(18), 1–18.
- García-Canclini, N. G. (2020). Ciudadanos reemplazados por algoritmos. En *Colección CALAS*. <https://doi.org/10.14361/9783839448915>
- Hadida, A. L., Lampel, J., Walls, W. D., y Joshi, A. (2021). Hollywood studio filmmaking in the age of Netflix: a tale of two institutional logics. En *Journal of Cultural Economics*, 45(2), 213–238. <https://doi.org/10.1007/s10824-020-09379-z>
- Heredia-Ruiz, V., Quirós-Ramírez, A. C., & Quiceno-Castañeda, B. E. (2021). Netflix: Content catalog and television flow in times of big data. *Revista de Comunicación*, 20(1), 117–136. <https://doi.org/10.26441/RC20.1-2021-A7>
- Hirsch, P. M. (1977). Occupational, organizational and institutional models in mass media research: Toward an integrated framework. En *Strategies for communication research*, 6(1).
- Hsiao, Y.-H. (2024). The Business Strategy Analysis of Netflix. En *Transactions on Social Science, Education and Humanities Research* (Vol. 11).
- Iordache, C. (2022). Netflix in Europe: Four Markets, Four Platforms? A Comparative Analysis of Audio-Visual Offerings and Investment Strategies in Four EU States. *Television and New Media*, 23(7), 721–742. <https://doi.org/10.1177/15274764211014580>

- Johnson, M. (2021). Hollywood survival strategies in the post-COVID 19 era. En *Humanities and Social Sciences Communications*, 8(1).  
<https://doi.org/10.1057/s41599-021-00776-z>
- Lobato, R. (2020). *Netflix Nations: The Geography of Digital Distribution*. 10.18574/nyu/9781479882281.001.0001.
- Lozano, J. C. (2022). From Parochialism to Cosmopolitanism in the American Audiovisual Supply? Netflix's New Releases of Television Fiction in the United States and their Geographical Diversity. En *Anagramas - Rumbos y Sentidos de la Comunicación*, 20(40), 200-223.  
<https://doi.org/10.22395/angr.v20n40a9>
- Martínez, N., y Cuenca Orellana, N. (2022). Adolescencia y homosexualidad en las series de ficción: análisis narrativo de Esta mierda me supera y A Million Little Things. *Anuario Electrónico de Estudios En Comunicación Social "Disertaciones,"* 15(1).  
<https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/disertaciones/a.10388>
- Neira, E., Clares-Gavilán, J., y Sánchez-Navarro, J. (2023). Standing up to Hollywood: the Netflix glocal strategy for popularising non-English-language series worldwide. En *Profesional de la Información*, 32(4).  
<https://doi.org/10.3145/epi.2023.jul.09>
- Panda, B., Kishore, Dr. K. N., y Baid, M. (2023). Over-The-Top (OTT) Platforms in the Indian Entertainment Industry: A Comprehensive Study of Digital Streaming Services. En *International Journal of Research Publication and Reviews*, 4(12), 2418–2422. <https://doi.org/10.55248/gengpi.4.1223.123450>

- Poell, T. (2020). Three Challenges for Media Studies in the Age of Platforms. En *Television and New Media*, 21(6), 650–657. <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1527476420918833>
- Poell, T., Nieborg, D. y van Dijck, J. (2019). Platformisation. *Internet Policy Review*, 8(4). DOI: 10.14763/2019.4.1425
- Retis, J., y Caballero, F. S. (2011). Westminster Papers in Communication and Culture ©. En *London* (Vol. 8, Número 1).
- Reznik, D. L. (2018). Utopian visions for American independent filmmaking. En *New Cinemas* 16(1), 83–95. [https://doi.org/10.1386/ncin.16.1.83\\_1](https://doi.org/10.1386/ncin.16.1.83_1)
- Rivero, E., y Bizberge, A. (2022). Diversidad en plataformas de video a demanda en Argentina. En *Intersecciones en Comunicación*, 1(16). <https://doi.org/10.51385/ic.v1i16.153>
- Rodríguez-Pasillas, C. A. (2024). Filmografía de largometrajes realizados en Aguascalientes: historia, cultura y proyección futura. En *Revista Arte, Imagen y Sonido*, 8, 62–79.
- Tang, W., y Wei, M. (2023). *Streaming* media business strategies and audience-centered practices: A comparative study of Netflix and Tencent Video. En *Online Media and Global Communication*, 2(1), 3–24. <https://doi.org/10.1515/omgc-2022-0061>
- Tian, J. (2024). The Rise and Bypassing of *Streaming* Media. En *Advances in Economics, Management and Political Sciences*, 57(1), 189–195. <https://doi.org/10.54254/2754-1169/57/20230731>
- Tryon, C. (2019). *On-Demand Culture*. Rutgers University Press. <https://doi.org/10.36019/9780813561110>

- Valdovinos, L. (2025, septiembre 9). Ted Sarandos, CEO de Netflix anuncia inversión para remodelación de los Estudios Churubusco. *El Sol de México*.
- Vitkauskaite, I. (2020). Types of film production business models and their interrelationship. En *Informacijos Mokslai*, 89, 43–54.  
<https://doi.org/10.15388/IM.2020.89.39>
- Yuan, Y. (2023). An Investigation on the *Streaming* Industry: With the Case of Netflix. En *SHS Web of Conferences*, 165, 01001.  
<https://doi.org/10.1051/shsconf/202316501001>
- Zurian, F. A., Garcia-Ramos, F., & Vázquez-Rodríguez, L. (2021). La difusión transnacional de discursos sobre sexualidades no normativas vía Netflix: el caso Sex Education (2019-2020). *Comunicación y Sociedad*, 1-22.  
<https://doi.org/10.32870/cys.v2021.8041>

### Filmografía citada

- Anaya, A. (Director). (2011). *Angel caído*. [Película]. New Art Digital; Metacube.
- Cuarón, A. (Director). (2018). *Roma*. [Película]. Participant Media; Esperanto Filmoj; Pimienta Films.
- Frías, F. (Director). (2019). *Ya no estoy aquí*. [Película]. Panorama Global; Películas PPW.
- Huezo, T. (Directora). (2021). *Noche de fuego*. [Película]. Pimienta Films; Match Factory Productions; Bord Cadre Films; Desvia Produções; Cactus Film & Video; Jaque Content; Louverture Films.
- Linares, O. (Director). (2014). *Blues de medianoche*. [Película]. Kopf-kino; The Art Lab.
- Marín, V. (Directora). (2016). *Tres*. [Película]. Abel Amador; Verónica Marín; Olga Amador; Omar Linares.
- Padilla, J. (Director). (2009). *Alcoholica*. [Película]. Claro Video. GC Films.
- Rogero, H. (Director). (2020). *La productora de mi vida*. [Película]. Lucero Ruiz.
- Zemeckis, R. (Director). (1985). *Volver al futuro*. [Película]. Universal Pictures; Amblin Entertainment.