

SALA
DE
CINE

ITINERANTE

**UNIVERSIDAD MICHOACANA
DE SAN NICOLÁS DE HIDALGO**

FACULTAD DE ARQUITECTURA

SALA DE CINE ITINERANTE

**TESIS DE GRADO PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADA EN ARQUITECTURA**

TESISTA

PAULINA MARTÍNEZ TEJEDA

ASESOR

MTRA. ALMA ROSA RODRÍGUEZ LÓPEZ

SINODALES

DRA. CATHERINE ETTINGER MCENULTY
DR. CARLOS ALBERTO HIRIART PARDO



MORELIA, MICHOACÁN. OCTUBRE DE 2019

ÍNDICE

1. RESUMEN / ABSTRACT	06		
2. INTRODUCCIÓN	08		
3. SITUACIÓN	10		
4. EXPECTATIVAS	13		
5. OBJETIVOS	14		
6. TEMA			
6.1. Definición.	16		
6.2. Industria.	18		
6.3. Comercio.	18		
6.4. Espectáculo.	20		
6.5. Arte.	21		
6.6. Cine Itinerante.	22		
6.7. Origen.	25		
6.8. Línea del tiempo.	27		
6.9 Cine en México.	29		
7. JUSTIFICACIÓN	31		
8. USUARIO			
8.1. Audiencia.	32		
8.1. Beneficiarios.	35		
		9. SITIO	
		9.1. Criterios de selección de sitio.	36
		9.2 Michoacán en cifras.	37
		9.3 Perfil Demográfico.	38
		9.4 Segmentación psicográfica.	39
		9.5 Selección de sitio.	40
		10. CASOS SIMILARES	
		10.1. Módulos de cines itinerantes.	42
		10.2 Programas sociales de cines itinerantes.	52
		11. ESTRATEGIAS DE DISEÑO	
		11.1. Organización Funcional y Formal.	62
		11.2 Estructura modular.	63
		11.3. Criterios para diseño de una sala de cine.	64
		11.4. Criterios de selección de materiales.	68
		12. CONCLUSIONES	70
		13. ANEXO	
		11.1. Gráficos.	72
		11.2 Mapas.	73
		11.3. Bibliográficos.	73
		14. EL PROYECTO	
		11.1. Planimetría.	77
		11.2 Visualización digital.	83
		11.3. Costos.	85

/RESUMEN/

La sala de cine itinerante nace como una propuesta de exhibición alternativa ante un panorama donde los recursos e infraestructura cinematográfica se concentran en su mayoría en las urbes del país, específicamente en las zonas con mayor poder adquisitivo, dejando de lado las poblaciones que viven en la periferia de las ciudades y las comunidades rurales, las cuales por su ubicación, quedan exentas de los servicios culturales que se ofertan en su localidad. El cine es una actividad que en nuestro país y en pleno siglo XXI sigue siendo exclusiva de la clase media y alta, es por esto que es de vital importancia que surjan nuevas oportunidades para que esta sea llevada a toda la población de manera gratuita. El objetivo es llevar cine por medio de una experiencia itinerante a todas aquellas comunidades de nuestro país las cuales por diversos motivos (geográficos, accesibilidad, económicos, interés y/u otros) no tienen la posibilidad de disfrutarla. El proyecto contempla insertarse como una oferta cultural que resalte la importancia del cine como lugar de relevancia pública y vehículo integrador de comunidades.

PALABRAS CLAVE: **_Exhibición _Cine _Comunidades _Experiencia _Cultural**

/ABSTRACT/

The traveling cinema was born as an alternative exhibition proposal an alternative exhibition proposal in the face of a landscape where film resources and infrastructure are mostly concentrated in the country's cities, specifically in areas with the highest purchasing power, setting aside populations living on the periphery of cities and rural communities, which by their location are exempt from the cultural services offered in their locality. Cinema is an activity that in our country and in the 21st century remains exclusive to the middle and upper class, this is why it is vitally important that new opportunities arise for it to be brought to the entire population for free. The aim is to bring cinema through an itinerant experience to all those communities of our country who for various reasons (geographical, accessibility, economic, interest and/or others) do not have the possibility to enjoy it. The project envisages being inserted as a cultural offer that highlights the importance of cinema as a place of public relevance and an inclusive vehicle for communities.

INTRODUCCIÓN

El Marco de Estadísticas Culturales de la UNESCO 2009 define las artes visuales como *formas de arte orientadas a la creación de obras de naturaleza visual, cuyo objetivo es apelar el sentido estético y puede expresarse en diversas formas* (UNESCO, 2009). Reconoce, además, que entre las artes visuales contemporáneas es posible incluir variantes multidisciplinarias tales como el 'arte virtual', las cuales agrupa en el dominio o conjunto de actividades llamado medios audiovisuales. En la Cuenta Satélite de la Cultura de México (CSCM), los medios audiovisuales incluyen: cine, internet, radio, televisión, videojuegos y propiedad intelectual, comercio y gestión pública relacionada. El cine, definido por el dramaturgo y crítico de cine Ricciotto Canudo como **"Un arte plástico en movimiento"**, se considera también como medio de expresión que posibilita la convivencia colectiva por medio de sus espacios de encuentro, actividad

en torno a la cual gravitaba la experiencia cinematográfica, y que ha ido desvaneciéndose con el paso de la era analógica a la digital, hasta modificar las prácticas a través de las cuales los públicos viven dicha experiencia. Como resultado, los ámbitos de exhibición se diversifican y el consumo cultural aumenta de manera significativa, dando paso a la transmedialidad, la tendencia creciente a ofrecer los bienes culturales por varios medios, lenguajes y plataformas a la vez.

Con esto la experiencia de ir al cine no se ve limitada a las salas convencionales de proyección, se despliega en torno a diversos espacios y materialidades. El eje principal de este proyecto es la itinerancia de un recinto de proyección de audiovisuales. Este modelo de visualización ha cobrado cada vez más importancia dentro del sector cinematográfico ya que se presenta como una alternativa asequible ante una industria que basa su contenido en la lógica del valor de cambio, donde los sectores más pobres de la población quedan excluidos de los canales formales.

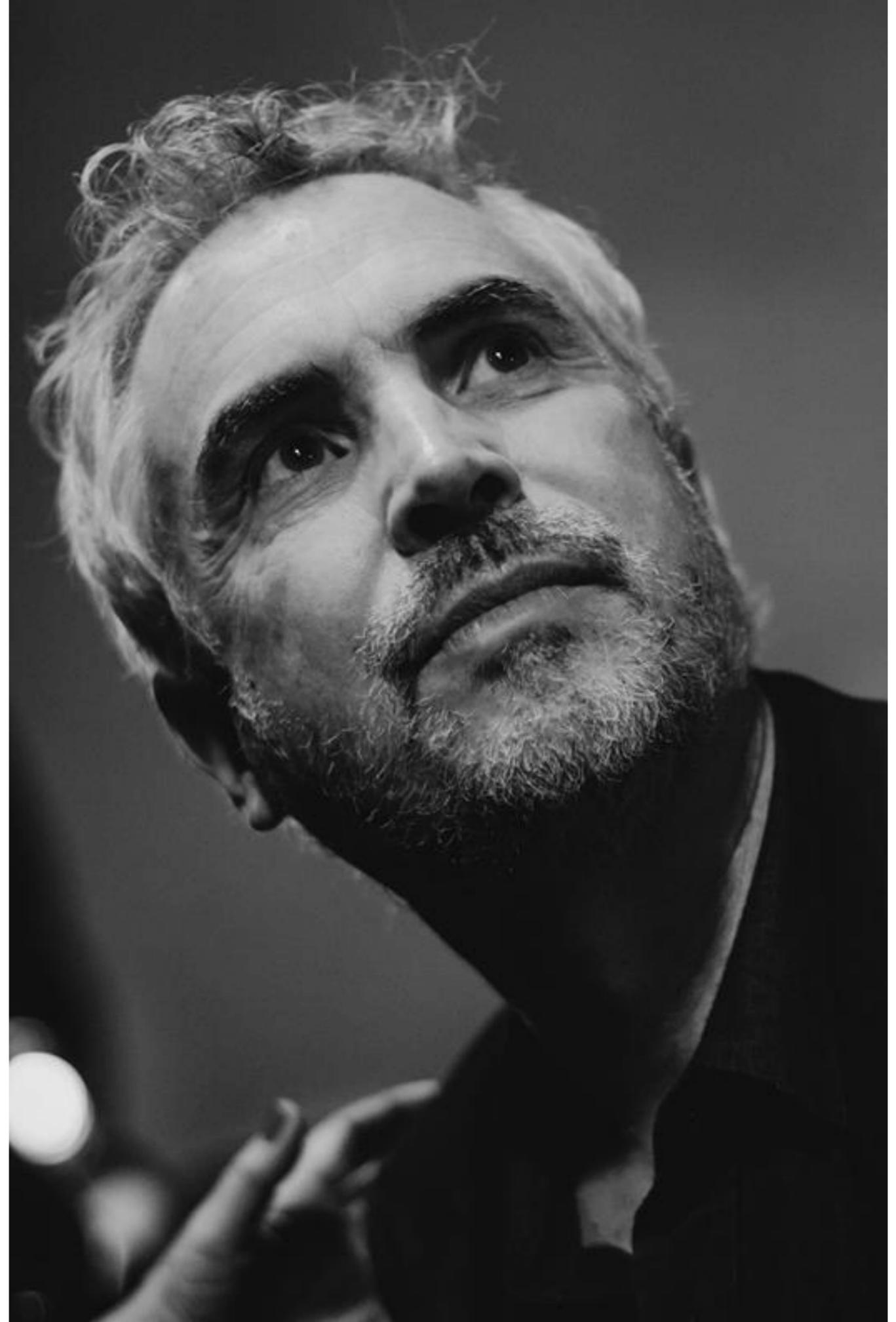
Los pioneros de la exhibición de cine en nuestro país en la última década del siglo XIX utilizaron la itinerancia como recurso para traer desde Europa la magia del cinematógrafo, y poco a poco fueron fundándose en nuestro territorio teatros de cine, de todos los tipos y tamaños. *Salas de cine es un referente genérico que podemos especificar en sus diferentes modalidades: palacios cinematográficos, cines de barrio, cineclubes, salas de arte, autocinemas, salas múltiples vinculadas a centros comerciales. Cada una ofrece diversos tipos de experiencia y los públicos se identifican con ellas de formas también variables.* (Mantecón, A. 2017)

Ir al cine entraña mucho más que ver una película. Se trata de una práctica de acceso cultural a través de la cual nos relacionamos con un filme, pero también con otras personas y con el espacio circundante. Su aporte es indiscutido como medio que posibilita el conocimiento, la acción y el intercambio cultural a través de su lenguaje. Es por ello que acercar y hacer partícipe a más personas de esta experiencia, que por varias causas no tienen la posibilidad de disfrutarla, busca generar convivencia colectiva dentro de las comunidades y resaltar la diversidad cultural en el espectador.

/SI
TUA
CIÓN/

**“EL CINE ES
UNO DE LOS
SECTORES QUE
CONTRIBUYE
ACTIVAMENTE
AL DESARROLLO
CULTURAL DEL
PAÍS”**

En los últimos años en América Latina el crecimiento de la producción de películas independientes ha ido incrementándose, asomando un mercado potencial para el desarrollo de la industria cinematográfica, que propone mejorar los procesos identitarios de cada pueblo. Lo que resulta atractivo en Latinoamérica es que este fenómeno impacta y proyecta nuevas ideas en cada una de las piezas claves del ámbito cinematográfico, es decir, tanto en creación como en producción, distribución, difusión y formación. *El cine mexicano mantiene un desarrollo dinámico, en el que los aspectos creativos, tecnológicos e industriales se entretajan con la gestión cultural. Entre los retos está elaborar y llevar a la práctica estrategias que fortalezcan la cinematografía nacional como una de nuestras expresiones de mayor tradición artística, y resaltar su importancia como un sector que contribuye activamente al desarrollo cultural del país. (IMCINE, 2017).*



/EX PEC TATI VAS/

La contribución financiera de los difusores a la financiación de las películas ha sido decisiva para el mantenimiento y el fomento de los niveles de producción de las filmografías nacionales a lo largo de los últimos años. El tamaño del mercado nacional determina la capacidad de producción local. Existe también una relación directa entre el volumen de exportaciones de películas y el mercado nacional. Indicadores como la cantidad de cines, de pantallas, la capacidad de butacas, la asistencia anual y los beneficios globales de las salas de proyección están vinculados a una serie de indicadores socioculturales y económicos como el Producto Interno Bruto (PIB), la cantidad de libros publicados o la asistencia a las escuelas primarias y el porcentaje de analfabetismo. (UNESCO, 2000).

En la recomposición de los mercados audiovisuales, el cine como experiencia de sociabilidad pública, resulta más asequible para sectores medios y altos, dado que se han multiplicado las salas en diversas zonas urbanas, pero los precios continúan siendo elevados para los grupos populares. Con la entrada masiva del internet, de los ordenadores, móviles, tablets y pantallas publicitarias, las metodologías de construcción del cine se ven obligadas a poner en disposición otro tipo de formatos.

Como resultado, las plataformas digitales y servicios de streaming como Netflix, Blim, HBO, entre otros, están ganando terreno dentro del mercado de audiovisuales a nivel mundial; esto deja entrever que las formas de ver películas en el mundo han ido cambiando con el pasar de los años, multiplicando las opciones para descubrir y consumir películas. En el panorama actual, la manera como los ciudadanos acceden a contenidos audiovisuales ha venido afanzándose en ámbitos ilícitos, por causas diversas, ligadas en alguna medida a los avances tecnológicos y la facilidad con la que se accede a ellos.

En este nuevo escenario el consumo audiovisual está ligado en alta medida al auge de la piratería de los formatos digitales, que además de lesionar la industria creativa hace que la experiencia audiovisual sea en la mayoría de los casos de baja calidad y desaprovechada como experiencia de socialización. Anudado a esto existe en México un número creciente de personas, que jamás han asistido a una sala de cine y más aún, que no tienen en su imaginario el referente de ese lugar, del que son excluidos sin ni siquiera saberlo.



F.04

La principal expectativa de este proyecto es poner de nuevo en el debate comunitario la importancia del cine como lugar de relevancia pública y mostrar cómo este es un vehículo para que los ciudadanos de nuestro país accedan a mejores condiciones de calidad en el consumo audiovisual y para que este mismo se convierta en un factor integrador de las comunidades. En lugar de contemplar de manera inactiva la exclusión de muchos mexicanos que no tienen acceso a una sala de cine, debe abrirse una oportunidad:

— *Llevar una sala de cine itinerante a nuestros pueblos, y atender de manera gratuita a los ciudadanos, para hacer énfasis en la importancia de estos espacios de cultura, de catarsis, reflexión colectiva e integración.* —

/OB JETI VOS/

GENERAL:

“**Diseñar** una **pieza arquitectónica flexible y modular**, capaz de *adaptarse* a cualquier entorno sin afectarlo, mediante un sistema *desmontable*, para **la proyección de cine**”.

CULTURALES

- | Utilizar el cine como herramienta de integración social e intercambio cultural que incentive la conciencia crítica y la valoración de la inmensa riqueza cultural y social.
- | Introducir el cine a las comunidades que, por su ubicación geográfica y su situación económica y social no pueden acceder a eventos de interacción comunitaria ni difusión cultural, por medio de un espacio de exhibición alternativa.
- | Reactivar los espacios públicos para poder entenderlos como locales colectivos y espacios de socialización a partir de proyectos de gestión social.
- | Generar dinámicas de diálogo entre los habitantes a través de un espacio flexible que de cabida a otras actividades recreativas que puedan complementar las proyecciones.



F.05

ESTRUCTURALES

- | Diseñar una estructura portátil con el fin de poder llevarla a diferentes sitios de manera rápida, compacta y económica.
- | La estructura deberá ser auto-portante, para evitar la complejidad del montaje.
- | La vinculación entre los elementos estructurales procurará utilizar el mínimo de piezas posibles, para reducir el tiempo de armado.
- | Los materiales utilizados deberán de conservar su estabilidad y ser acordes a las condiciones climáticas a las que estarán sometidos.
- | La estructura debe generar un punto de atención destacado del entorno, pero sin provocar incomodidades.

FUNCIONALES

- | La estructura debe minimizar el paso de la luz solar de manera directa, para garantizar la buena visibilidad de los elementos expuestos y evitar su deterioro.
- | Considerar en el espacio de circulación tanto la instancia de tránsito, como de detención de las personas, y el espacio requerido para que ambas coexistan.
- | Deberá plantarse dos instancias de comunicación, una hacia el exterior, hacia la comunidad que la recibe y otra hacia el interior, para el público que acude a ver la muestra.

/TE
MA/
phāphynt́r
עונלוק cinema

电影院

DEFINICIÓN

(Del gr. *kinema*, movimiento < *kineo*, mover.)

1. s. m. Local público donde se proyectan películas cinematográficas.
2. Técnica, arte e industria de la cinematografía.
3. Modo particular de realizar películas de un director.
4. Conjunto de las películas de un autor, un actor o un técnico, o de un país o una época.

Gran Diccionario de la Lengua Española © 2016 Larousse Editorial, S.L.

El cine es un arte y una técnica. Es el arte de narrar historias mediante la proyección de imágenes, de allí que también se lo conozca con el nombre de séptimo arte. Y es la técnica que consiste en proyectar fotogramas, de forma rápida y sucesiva, para crear la ilusión de movimiento. También hace referencia a la industria cinematográfica, que es la que se encarga de explotar, como actividad económica, todo lo que envuelve al cine: la producción, distribución y exhibición de películas. Por último, se le denomina cine al el local o la sala donde se exhiben películas para el público. (Gómez, 2002)

γραφός

ΚΙΝΗ

κινή

le cinéma

امني سلا

Bio

Román Gubern define al cine como industria y comercio, además de arte y espectáculo. Como lo cita en su libro *Historia del Cine*: “Quién defina el cine como arte narrativa basada en la reproducción gráfica del movimiento no hace más que fijarse en un fragmento del complicado mosaico. Quién añada que el cine es una técnica de difusión y medio de información habrá añadido mucho, pero no todo. Además de ser arte, espectáculo, vehículo ideológico, fábrica de mitos, instrumento de conocimiento y documento histórico de la época y sociedad en que nace, el cine es una industria y la película es una mercancía, que proporciona unos ingresos a su productor, a su distribuidor y a su exhibidor”. (Gubern, 2001)

Simplificando, el cine participa de **cuatro vertientes**:

Industria: Bajo el formato de producción, distribución y exhibición.

Comercio: Va ligado directamente con la relación mercancía – ingresos.

Arte: En nuestros días se considera como el séptimo arte o fenómeno cultural.

Espectáculo: Está estrictamente ligado a la compañía del entretenimiento.

“**EL CINE**
JUNTO CON LA TELEVISIÓN, SON
LOS **ELEMENTOS DECISIVOS**
EN EL *PROCESO* DE
DEMOCRATIZACIÓN
DE LA **CULTURA**
VISUAL”

EL CINE COMO INDUSTRIA

La industria cinematográfica, como tal tuvo su origen en EE.UU. y fue ahí donde desarrolló su concepto más empresarial y productivo. Es importante destacar que, al contrario que en muchas otras formas de arte, en el cine son vitales las funciones de producción distribución y exhibición, que determinan el sentido empresarial e industrial de la obra cinematográfica. Tras su nacimiento, el cine se fue extendiendo en principio como un arte industrial al servicio mercantil, hasta que adquirió el estatus de producto cultural. Las compañías pioneras en crear una primera, aunque todavía débil industria cinematográfica, aparecieron a finales de siglo XIX. Actualmente las descargas en internet son una amenaza constante para la industria, las cuales aumentan progresivamente con los nuevos avances tecnológicos y la entrada de productoras como Netflix y Blim (entre otras), que ofertan nuevas modalidades para ver películas.

EL CINE COMO COMERCIO

Las películas y los bienes audiovisuales en general son bienes complejos desde un punto de vista artístico e industrial y, por lo tanto, son caros. Representan, con mucho, el componente más importante del flujo financiero internacional de productos sometidos al derecho de autor. (Cinematografía, 2018) Según el anuario estadístico 2017 del Instituto Mexicano de Cinematografía el gasto para consumir cine fue mayor al de otros bienes y servicios culturales, como los libros y conciertos, cifras que muestran la importancia que sigue teniendo el cine en la vida cultural y de entretenimiento entre la población mexicana, siendo el cine comercial el de mayor preferencia entre los mexicanos; sin embargo, cada vez existe un mayor interés por el consumo de cine de producción nacional e internacional de carácter no comercial. (Cinematografía, 2018)

Como lo muestran los datos presentados por el INEGI, en 2016 el cine creció cinco veces más que el conjunto de la economía nacional, generando más de 28,000 empleos. El gasto para adquirir bienes y servicios relacionados con la industria cinematográfica ascendió a 31 660 millones de pesos, superior en 15.2% a lo registrado en 2015.

En nuestro país el promedio de visitas al cine es de 1.8 por habitante al año, cifra que se ha ido incrementando cada vez más y que se dispara en las zonas metropolitanas. La asistencia a festivales y muestras de cine también ha aumentado en los últimos años, lo que se ve reflejado en la aparición y formalización de más festivales en el país, siendo la Ciudad de México la que mayor cantidad de festivales de cine presenta con 31 eventos al año; sin embargo es el Festival Internacional de Cine de Morelia el evento cinematográfico más importante del país, generando importantes beneficios a la ciudad, como la creación de empleos, mejoras a la industria cinematográfica local, atracción del turismo, promoción del cine nacional, generación de nuevos talentos y proyección internacional.

México continúa siendo el cuarto mercado más importante en el mundo en consumo de cine y el número de asistentes va en aumento. En el primer semestre del 2018, el número de espectadores en las salas de cine creció 9 millones en comparación con el mismo periodo del año pasado, informó la Cámara Nacional de la Industria Cinematográfica. (Canacine, 2018). Datos que dan constancia de la asistencia a cines y su crecimiento dentro del país:

- > *México es el país con el sexto precio promedio del boleto más bajo del mundo.*
- > *Fue el segundo país que más salas construyó en 2016.*
- > *La asistencia promedio anual de los mexicanos al cine es de dos veces al año.*
- > *Walt Disney es la distribuidora que más ingresos obtuvo en México durante 2016.*
- > *México es el tercer país consumidor de piratería a nivel mundial por debajo de China y Rusia.*
- > *México fue el séptimo país con mayor crecimiento en boletos vendidos durante 2016.*
- > *425 películas se estrenaron en México en 2016, el 20 por ciento eran mexicanas.*
- > *31.6 millones de boletos vendió el cine mexicano en 2016.*
- > *6 mil 432 salas de cine tiene México.*
- > *12 por ciento creció la asistencia en las salas de cine respecto a 2015.*
- > *7 películas mexicanas rebasaron la marca de un millón de asistentes en las salas de cine.*

(Carranza, 2017)



EL CINE COMO ESPECTÁCULO

El cine, desde sus albores, ha sido siempre un espectáculo, y se considera una de las fuentes de entretenimiento que cuenta con más adeptos. Desde sus inicios se ganó la atención de los espectadores y con el transcurrir del tiempo y el crecimiento exponencial que ha protagonizado la industria cinematográfica han capitalizado muy bien a su público espectador. La historia de la industria del espectáculo cinematográfico ha sido construida por las empresas productoras llamadas Majors: Metro, Fox, Warner, RKO y otras de menor envergadura llamadas minors como: Columbia, Paramount, Universal, Artista Unidos, etc. y más adelante con asociaciones de productores independientes. (Ferraro, 2018)

Esta práctica se fue definiendo como espectáculo de masas desde las primeras proyecciones de los hermanos Lumière. El público se sorprendió con el tren que parecía salirse de la pantalla; Pasado el tiempo el espectador de cine fue viviendo en cada época situaciones más o menos similares que hablaban de la grandiosidad de una puesta en escena o de la magnífica interpretación de unos actores que dejaron un sello de indiscutible calidad. (García, 2015)

El séptimo arte ha formado parte de la riqueza cultural del estado de Michoacán por años. La ciudad de Morelia se ha destacado por su fomento a las actividades culturales, en especial a la proyección y difusión del trabajo de los cineastas mexicanos, a través de una plataforma de promoción de cine con distintos personajes del medio en el Festival Internacional de Cine de Morelia. Este es un punto de encuentro único en el país, cuya misión es promover a los nuevos talentos del cine mexicano, incrementar la oferta cinematográfica, y contribuir al fomento de las actividades culturales y turísticas del estado de Michoacán. (FICM, 2018)

Otra iniciativa para promover la riqueza cultural del estado a través de los ojos de sus propios realizadores son los programas especiales como "Miradas de Morelia", presentado en el FICM 2008, o "Hecho en Michoacán", el cual formó parte del 15° FICM y presentó clásicos de la cinematografía nacional como Janitzio (1935, dir. Carlos Navarro), Maclovía (194, dir. Emilio "El Indio" Fernández) y El brazo fuerte (1958, dir. Giovanni Korporaal). Cabe mencionar que gracias al impulso que ha recibido este festival el talento michoacano ha ido incrementando de forma paulatina en los últimos años.

EL CINE COMO ARTE

El arte es parte de la cultura, si se considera que la cultura produce todas aquellas manifestaciones del hombre y que a través de esta producción se expresa, entonces las experiencias forman parte de la cultura. Las fortalezas de este modo alternativo de exhibición radican precisamente en la integración socio-cultural que se produce a partir de la incorporación de un individuo actualmente aislado a la experimentación de la diversidad de perspectivas y formas de vivir que se divulgan, conocen y difunden por medio de la proyección de audiovisuales. El individuo al transformarse en espectador de cine itinerante recibe a través del relato de la película (ya sea ficción o documental) una realidad que le parece en ciertos grados similar y en otros totalmente diferente a la propia, la cual puede comparar inmediatamente con su propia identidad y la de su comunidad. La comprensión de los ámbitos en los cuales se miran las películas es fundamental para entender el devenir del fenómeno cinematográfico en diversas épocas, regiones y para públicos distintos. Considerar la materialidad de los recintos de proyección permite reconocer que "más que vender películas individuales, el cine nos vendió un hábito, o un cierto tipo de experiencia socializada" estrechamente vinculada a la arquitectura y al lugar que ocupan en el ámbito público (Morley, 1996).



F.06

EL CINE ITINERANTE

El cine itinerante se entiende como un sistema de promoción y distribución de manera no coordinada y más bien espontánea, por iniciativa de productores y realizadores independientes que buscan dar una solución a la inequidad y a la anti democracia en la exhibición y distribución del cine. Al día de hoy se encuentran vigentes en América Latina y se presentan como una alternativa a las insuficiencias que los estados brindan a la cinematografía nacional de exhibición y distribución bajo diferentes formatos y metodologías de trabajo, pero con objetivos comunes. (Moreno & Cifuentes, 2014) El término *Itinerante* es un adjetivo que se utiliza para describir todo aquello que va de un lugar a otro, según la Real Academia Española. *Proyecto itinerante* es aquel que se caracteriza por la búsqueda de diferentes locaciones con el fin de intervenir el territorio y generar participación social entre los habitantes. En este caso el cine itinerante pretende la exhibición de audiovisuales en comunidades donde este medio se encuentra limitado, por lo cual busca servir como una herramienta de transformación cultural y social.

F.07



CARACTERÍSTICAS

Las exhibiciones itinerantes son iniciativas que buscan hacer accesibles diferentes contenidos culturales, trasladando la obra a distintos territorios. Con esto se fomenta el acceso a la cultura y las artes, descentralizando su difusión. Existen básicamente dos modos de llevar a cabo este tipo de muestras, enviando la obra a un sitio establecido en el lugar de destino, ya sea municipalidad, colegios, centros culturales, etc. y trasladando la obra junto con su lugar expositivo e instalándola en lugares públicos al aire libre. Esta última alternativa corresponde al modo propuesto para este proyecto. Por lo tanto, la propuesta debe ser:

Transportable, Económica, Desmontable, Accesible, Flexible y Modulable.



ANTECEDENTES

Las primeras construcciones itinerantes son las arquitecturas nómadas de los pueblos dedicados al pastoreo de las tribus mongolas y turcas en Asia, los beduinos y árabes de África del Norte o los hamitas en África del Este, así como las tribus indias nómadas de América. La historia nos ofrece numerosos tipos de formas y estructuras móviles que se asemejan a tiendas, que pueden llegar a formar ciudades temporales.

En la primera mitad del siglo XIX, gracias al descubrimiento de nuevos materiales, aparecen nuevas técnicas y métodos de producción que facilitan la construcción de arquitecturas transportables. En este periodo destacan las exposiciones universales donde se le da gran importancia a la ligereza, rapidez del montaje y la posibilidad de reutilizar las piezas. El ejemplo más característico es la construcción prefabricada y desmontable del Palacio de Cristal Paxton que puede ser montada con facilidad y rapidez y ser desplazada sin dificultad.

En la década de 1960 y 1970 existió una corriente que optaba por una arquitectura móvil y nómada, no sólo capaz de liberar la acción del habitante, sino también la localización de la arquitectura. Esta descontextualización fue característica en proyectos utópicos de la época, donde lo recreativo y expositivo tomaban un papel principal, como es el caso de New Babylon de Constant, la Cité Spatiale de Yona Friedman o Plug-in de Archigram. Sin embargo muchas de estas construcciones nunca alcanzaron la condición transportable en sus fragmentos construidos.

La arquitectura itinerante no era propia de colectivos de arquitectos sino también de festivales de ocio y cultura como los circos, teatros ambulantes, escenarios de conciertos o pabellones expositivos. Hoy en día la idea de adaptabilidad y flexibilidad arquitectónica a partir de estructuras móviles cobra cada vez más fuerza en el sector de la construcción; su aplicación plantea múltiples posibilidades a la hora de materializar un proyecto, sin mencionar la versatilidad y la relación costo - beneficio que se obtiene. Los nuevos edificios y las nuevas ciudades deben poder adaptarse, moverse y transformarse, en el sentido de que cualquier que sea el uso que desee darle el usuario pueda satisfacer sus requerimientos.



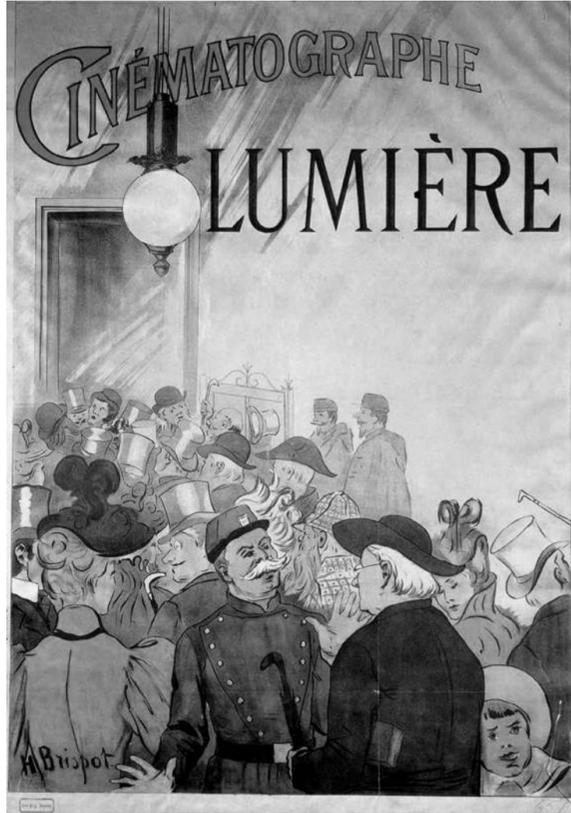
F.08

ORIGEN

Era la época de la segunda revolución industrial, en la que inventores de todo tipo, dramaturgos, ingenieros, fotógrafos y periodistas, ponían todo su empeño especulativo en imaginar las más disparatadas máquinas que revolucionarían la vida de los ciudadanos. Con la proliferación de los artilugios ópticos, los espectáculos audiovisuales se pusieron de moda y se registraron patentes de investigadores como Louis Leprince y Thomas Edison, lo que aceleró la carrera hacia el cine. Fue así como a principios de 1894 nació el Cinematógrafo. El aparato consistía en una caja de madera con un objetivo y una película perforada de 35 milímetros. Ésta se hacía rodar mediante una manivela para tomar las fotografías instantáneas que componían la secuencia (que no duraba más de un minuto) y proyectar luego la filmación sobre una pantalla. Los hermanos Lumière empezaron a ensayar rodajes con su nueva cámara, que, plantada delante de la entrada principal de su propia fábrica, trataba de retratar a golpe de manivela el fin de la jornada laboral. De manera que de la película *Salida de la fábrica Lumière* realizaron tres versiones antes de proyectarla en la primera sesión pública, que se celebró el 28 de diciembre de 1895 en el conocido Salón Indio del Gran Café de París. (García Martín, 2018)

Los hermanos Lumière, que llevaban varios años en su invento y habiendo filmado ya más de un centenar de películas de un minuto, se decidieron a enseñar su invento al pueblo de París. Era la Belle Époque, el afiche era el vehículo publicitario por excelencia. Los Lumière encargaron al litógrafo Henri Brispot una imagen que patrocinase su invento, el cinematógrafo. Su diseño gráfico no fue nada inocente. A la puerta de una sala se agolpan ciudadanos de diversas clases sociales y edades, incluso hay un clérigo, y la cola está protegida por gendarmes. Así, se transmitían tres mensajes sobre el cine: era para todos los públicos, la entrada era barata y no atentaba contra las buenas costumbres. Los Lumière tuvieron la precaución de pegarlos en los cristales del Grand Café para que los transeúntes desocupados pudieran leer lo que significaba aquel invento bautizado con el impronunciable nombre de Cinématographe Lumière. (Gubern, 1969)

El éxito obtenido por las primeras proyecciones públicas de los Lumière rebasó con mucho las previsiones de sus inventores, pero la vocación científica y la holgada posición económica de los Lumière los llevaron a menospreciar las posibilidades comerciales de su invento, de modo que en 1898 despidieron a casi todos sus operadores y en 1900 realizaron su última aventura cinematográfica. Después abandonaron aquel juguete de óptica y lo dejaron en manos de otros pioneros, que no tardarían en convertir la artesanía de los fotógrafos de Lyon en un gran espectáculo y una próspera industria. (García Martín, 2018)



F.09



1900

Primeros efectos especiales con los que Georges Méliés lanza su obra maestra *Le Voyage dans la Lune*.

1895

Primera función por los hermanos Lumière en París.



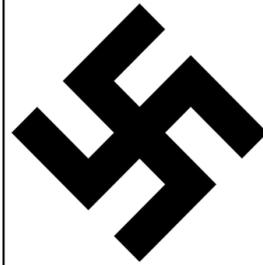
1920

La vanguardia de los años 20 caracterizó el arte.



1923

Cine sonoro. Se añade sonido durante el rodaje de las películas.



AÑOS 40

Neorealismo Italiano. Cine que expresaba la situación moral posguerra.

1928

Primer película a color. Hitler lo usa para hacerse famoso.

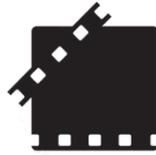


AÑOS 50

Free Cinema, Ficción y Documental de la realidad social.

AÑOS 80

Cine posmoderno, basado en el eclecticismo.



NEW LINE CINEMA

AÑO 2000

Adaptación del cine antiguo y la invasión del cine digital y el internet.

| LÍNEA DEL TIEMPO



F.10



F.11

CINE EN MÉXICO

Aunque el primer público del cinematógrafo estaba familiarizado con la fotografía e incluso con algunos aparatos y juguetes de ilusión óptica, como la linterna mágica o el zootropo, el invento de los Lumière ofrecía una asombrosa fidelidad al movimiento y a la realidad. Su éxito fue tan espectacular que no tardó en llegar a otros países. En México su llegada sorprendió al general Porfirio Díaz, familia y amigos, los cuales se convirtieron en los primeros espectadores de nuestro país al presenciar la primera película, que se exhibió en el Castillo de Chapultepec un 6 de agosto de 1896.

La bienvenida que Díaz le brindó al cinematógrafo se inscribía dentro de la ecuación orden y progreso del régimen porfirista, ya que se trataba de tecnología francesa, el modelo de nación al que el gobierno porfirista aspiraba. La primera función pública ocurrió el domingo 16 de agosto de 1896 en la calle de Plateros 9, en un local habilitado en el entresuelo de la Droguería Plateros, que ocupaba en ese tiempo la Bolsa Mexicana de Valores. A partir de esa fecha se instauraron varias sesiones diarias para dar a conocer al público el cinematógrafo. Donde no sólo se exhibieron películas que traían de Francia, sino filmaciones hechos en México: Escena en los baños de Pane, Alumnos del colegio militar, Duelo a pistola en el bosque de Chapultepec, entre otras. El éxito fue rotundo. En seguida se instauraron varias sesiones diarias para dar a conocer al público la novedad del día, como se le solía llamar al cinematógrafo. Paralelamente, la competencia de los Lumière, es decir, el Vitascope de Edison, realizó varias exhibiciones en la capital y en Guadalajara, aunque sin cosechar el mismo furor que había logrado el cinematógrafo.

Casi inmediatamente las autoridades tomaron providencias para controlar el novedoso espectáculo. El primer antecedente sobre la regulación oficial del cinematógrafo data de 1896. En ese año se presentó al Ayuntamiento una propuesta de reforma en la que se contemplaba fijar una cuota para los locales habilitados como salas de exhibición, según el cual "se indicaba que, al abrirse un salón de espectáculos, se debía manifestar cupo y clase de localidades; se obligaba a los empresarios a presentar dos ejemplares de los programas al momento de pagar el impuesto". Ante esto el ayuntamiento se reservaba el derecho de clausura, si el espectáculo atentaba contra la moral o las leyes. (De los Reyes, 1977)

A inicios del siglo XX el cine cumplía la función social y documental de hacer presente a los paisajes, panoramas rústicos o urbanos, hasta escenas costumbristas, acontecimientos cívicos, sociales y de nota roja. El mundo del cine, tanto en lo industrial como en lo comercial, también fue ampliando sus redes de producción dando cabida a una serie de innovaciones muy importantes para el futuro del medio.



F.12



F.13

“EL CINE CUMPLE UNA FUNCIÓN SOCIAL”

/JUSTIFICACIÓN/

“LA PROBLEMÁTICA DEL ACCESO AL CINE EN AMERICA LATINA SE PODRÍA RESUMIR A PROBLEMAS ECONÓMICOS”

Tomando en cuenta los espacios de exhibición en México y la distinción de los espectadores por género, sector social, región o por su relación con las películas nacionales y extranjeras el análisis se plantea en el marco de la reestructuración del mercado audiovisual y de los hábitos de consumo cultural, que considera que ni las películas se restringen a su ámbito tradicional de proyección (las salas) ni las audiencias se diferencian por el uso exclusivo de un medio. Otro aspecto importante es que la audiencia ya no es la misma que la de hace 20 años. Actualmente el público que más consume cine en México son los jóvenes (de 15 a 29 años de edad) los cuales representan 25% del total de la población; Además setenta por ciento de las películas que se presentan en cines comerciales e independientes van dirigidas a ese rango de edad. Por otro lado, una iniciativa de creación reciente, un programa por parte de la Cineteca Nacional (Cineteca VA), busca la divulgación del cine de calidad, involucrando sedes alternas itinerantes, para la difusión en todos los estados del país, además de un gran interés en extender sus instalaciones a más puntos de la república para promover la cultura cinematográfica.

Ciertamente el problema del acceso al cine en América latina se podría resumir a problemas económicos, pero es importante considerar también los procesos sociales y por sobre todo los factores culturales y territoriales. Se trata, por un lado, de democratizar la cultura audiovisual (y todo lo que ello implica) y por otro, dar pantalla y difusión en distintos contextos a las películas que no tienen acceso a los circuitos comerciales. El “acto de ir a cine” ha perdido peso dentro de la demanda de entretenimiento entre los ciudadanos de clase media, generando de esa manera nuevas tendencias de consumo audiovisual, que se despliegan cada vez más en ámbitos ilícitos.



F.14

/U SUA RIO/

Para fines de estudio se emplea el término **AUDIENCIA** en lugar de **USUARIO** con el objetivo de definir a los individuos a los que va dirigido el proyecto; audiencia hace referencia al público que atiende los programas de radio y televisión, o que asiste a un acto o espectáculo. (Real Academia Española, 2019) Por su parte usuario se entiende como la persona que usa algo, o que tiene derecho de usar una cosa ajena con cierta limitación¹. Los términos que mayormente se utilizan en el cine, tales como: público, audiencia, espectador y consumidor, hacen referencia al conjunto de personas que asisten al cine. Dado que el género del proyecto responde al cine, resulta pertinente utilizar un lenguaje propio de este.

El **acceso cultural** se refiere a las prácticas de relación de los públicos con los bienes y servicios producidos dentro del campo cultural, con sus dinámicas cambiantes de producción, circulación y acceso (consumo e interacción) en momentos históricos diversos. Las industrias culturales se han convertido en uno de los agentes más dinámicos del campo cultural, dando nacimiento a un fenómeno que es definitorio de la modernidad: la mediatización de la cultura. (Moreno & Cifuentes, 2014)

“La **CULTURA** ha tendido a **perder** cada vez más su aura de *gratuidad* para acentuar su carácter de **mercancía**, sometida en gran parte a la **lógica del valor de cambio.**”

Es así como entre los bienes y servicios culturales que se ofertan y sus posibles asistentes pueden erigirse barreras como el tráfico, la violencia en las calles, la discriminación de género, social, étnica, religiosa o incluso en términos de capacidades de visión o movilidad. La desigualdad en el acceso cultural trasciende a los individuos y los grupos sociales. El ciudadano promedio no cuenta hoy con una verdadera diversidad de bienes y servicios culturales a su disposición para escoger, consumir, disfrutar y crear. Como resultado el rol del arte y la cultura se ve relegado a los sectores que, por su ubicación, solvencia económica, capacidades diferentes, entre otras características, no pueden participar de estos eventos culturales. Se trata de una distancia social que no sólo los desalentará a entrar en recintos culturales, sino que volverá inimaginable la experiencia artística como parte de su cotidianeidad, ya que comparten la idea de que la cultura, y en gran medida el arte, son bienes de los que sólo se puede disfrutar cuando se ha accedido a un estatus económico superior. (Moreno & Cifuentes, 2014)

La no asistencia puede ser producto no sólo de la lejanía geográfica, la falta de capital cultural o económico. Se puede identificar también barreras simbólicas que impiden el acceso. La magnificencia de las construcciones en las que se muestran las ofertas culturales, su vinculación con la alta cultura y los sectores más pudientes pueden ser un factor de expulsión. El desinterés de ciertos sectores por determinadas ofertas culturales puede deberse no sólo al débil capital cultural con que cuentan para apreciarlas, sino también a la fidelidad de los grupos en los que se insertan, sus contextos familiares, de barrio, y de trabajo.

El rol del público es producto no sólo de una oferta cultural que convoca. Los posibles públicos pueden responder o no al llamado dependiendo de su ingreso, escolaridad, ocupación, edad, género, y zona donde viven. María Cristina Mata concibe al público como “un tipo de agrupamiento social, una forma de agregación y representación que comprende los modos de vinculación de los individuos con los productos culturales, y también los modos de vinculación de los individuos en y con los grupos sociales”. (Mata, 2001). Leal, Barraza y Flores consideran “inapropiado” utilizar el concepto de público entendido como “Un grupo socioeconómico que establece un nexo regular con el cine” para denominar a quienes asistieron a las funciones antes de la primera década del siglo XX. Prefieren utilizar el término de espectadores: “La persona que se vincula con el cine de manera individual e irregular”. (Leal, 2003)



BENEFICIARIOS

Con este proyecto se pretende beneficiar a las poblaciones que viven en la periferia de la ciudad y las comunidades rurales, las cuales por su ubicación quedan exentas de los servicios culturales que se ofertan en la ciudad. De acuerdo con INEGI una comunidad se considera rural cuando tiene menos de 2,500 habitantes mientras que la urbana es aquella donde viven más de 2,500 personas. (INEGI, 2019) Según el censo de población y vivienda 2010 México cuenta con 192 mil 247 localidades, 2 mil 456 municipios y 32 entidades; de estas solo 188 mil 593 localidades son menores de 2,500 habitantes. En cuanto a población se obtuvo un total de 112,336,538 habitantes. Con los datos anteriores se obtiene la distribución porcentual de la población por tamaño de localidad, lo cual arroja un 23.2% para localidades de menos de 2,500 habitantes; esta cifra por la tanto corresponde a un total de 26,062,076 habitantes. (INEGI, 2010)

Como se mencionó anteriormente existe un fenómeno de descentralización de la cultura, donde los inmuebles de este género se ubican en el centro histórico o en zonas de mayor poder adquisitivo; fuera de estas las ciudades cuentan con muy pocos espacios destinados al fomento y difusión cultural, como resultado el rezago social en nuestro país ha alcanzado cifras alarmantes. A pesar de que en el país existen diversas instituciones culturales creadas con el fin de salvaguardar los procesos de producción y reproducción de nuestro patrimonio cultural, aún existe una barrera.

**BENEFICIARIOS
DIRECTOS
26,062,076
HABITANTES
EN MÉXICO**



F.15

Se puede concluir que la audiencia que corresponde al proyecto se diversifican al no eximir a ningún sector ni clase social, siendo uno de los objetivos del proyecto la inclusión e intercambio cultural dentro de las comunidades con el fin de integrar a los habitantes para hacerlos partícipes de esta actividad y como resultado puedan beneficiarse en el proceso. La inclusión busca lograr que todos los individuos o grupos sociales (sobre todo aquellos que se encuentran en condiciones de segregación o marginación) puedan tener las mismas posibilidades y oportunidades para realizarse como individuos. Esta se formula como solución al problema de la exclusión que es causado por circunstancias como la pobreza, el analfabetismo, la segregación étnica o religiosa, entre otras cosas.

Los datos presentados en capítulos anteriores sientan un referente de la asistencia al cine por medio de salas, en un mercado donde se potencializa la compra de audiovisuales. De esta forma se concluye que una gran parte de la población queda exenta de esta actividad por falta de recursos económicos; Al mismo tiempo se observa la falta de cines en las zonas periféricas de la ciudad, lo que se convierte en otro factor determinante y un punto crítico en la asistencia a cines. Como resultado estos factores replantean la forma en que se accede al cine en nuestro país.



CRITERIOS DE SELECCIÓN DE SITIO

Tomando en cuenta el índice de marginación social de los municipios de Michoacán se establecen los siguientes parámetros para la puesta en sitio:

- Poblaciones bajo la denominación de zona rural
- Que carezcan de una oferta cultural en su centro comunitario
- Falta de infraestructura para llevar a cabo actividades de carácter social

Sin embargo es importante mencionar que existe la expectativa de replicar este módulo en otras localidades del país que cumplan con los mismos parámetros.

MICHOACÁN _EN CIFRAS



113
MUNICIPIOS



MUJERES 48.2

HOMBRES 51.8

4,599,104

HABITANTES

NIÑOS 29.10%

JÓVENES 26.10%

ADULTOS
MAYORES 7.9%



3.6

PROMEDIO DE
HABITANTES
POR VIVIENDA



48.3%

POBLACIÓN
ECONOMICAMENTE
ACTIVA

7.9



AÑOS
ESCOLARES

1,898,980 ESTUDIANTES
DE 3 A 24 AÑOS



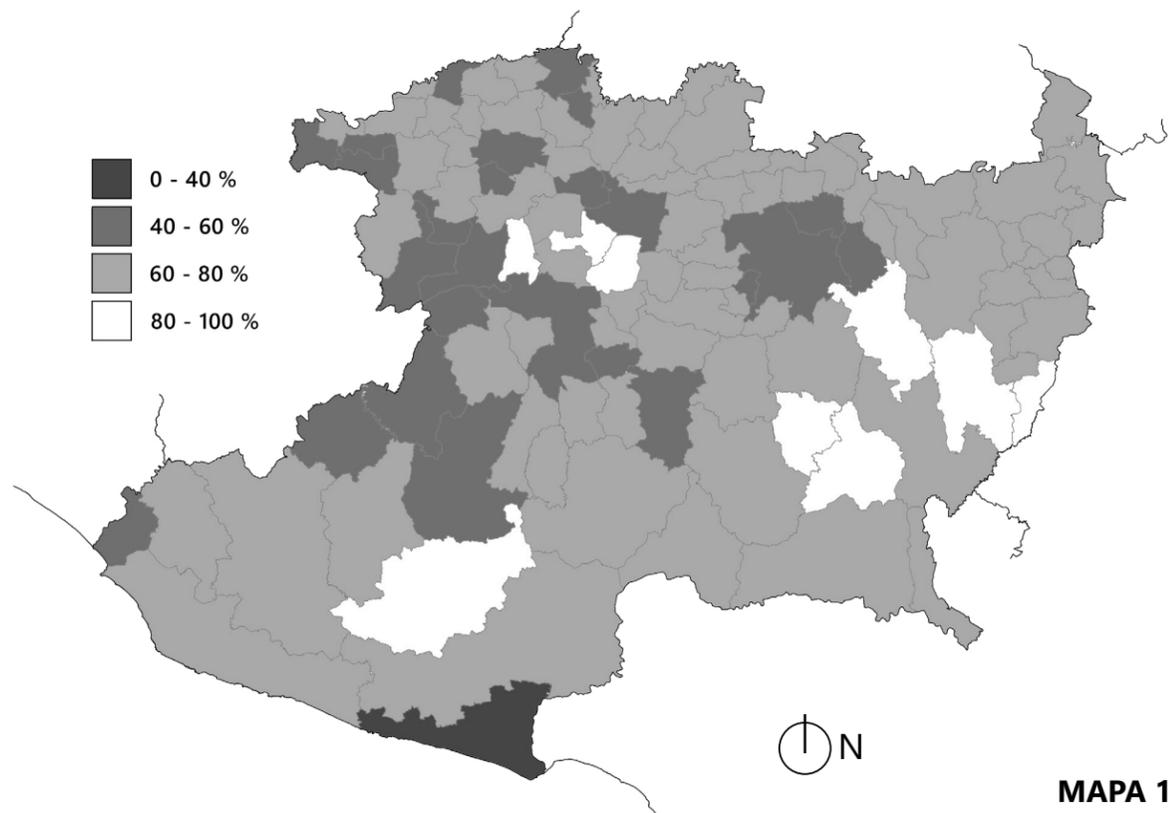
8.27%

PORCENTAJE DE
ANALFABETAS

PERFIL _DEMOGRÁFICO

De acuerdo con la regionalización vigente, el estado de Michoacán se divide en diez regiones geográficas: Tierra Caliente, Infiernillo, Monarca, Bajío, Tepalcatepec, Pátzcuaro-Zirahuén, Lerma-Chapala, Purépecha, Costa y Cuitzeo. Éstas se conformaron a partir de indicadores económicos, naturales, sociales y demográficos, entonces van a denotar ciertos patrones en sus características poblacionales. En la entidad desde hace más de 35 años se ha concentrado la población en algunos municipios, estos son: Morelia, Uruapan, Zamora, Zitácuaro, Apatzingán, Hidalgo, La Piedad, Pátzcuaro, Puruándiro y Zacapu; que juntos van a sumar el 35% de la población estatal.

Actualmente la población urbana en el estado representa un 69%, mientras que el 31% permanece en localidades rurales. En cuanto al porcentaje de la población en situación de pobreza se identifican 9 municipios con los índices elevados del estado: Tumbiscatío, Carácuaro, Nocupétaro, Tzitzio, Tuzantla, Susupuato, Charapan, Cherán y Nahuatzen, mismo que se muestran en el siguiente mapa:



MAPA 1

SEGMENTACIÓN _PSICOGRÁFICA

La segmentación Psicografica divide el mercado en grupos basados en la personalidad de cada consumidor y utiliza diversos criterios para analizar el mercado como: características de clase social, el estilo de vida y personalidad social. Con base en lo anterior se determinaron 3 grupos dentro de las posibles audiencias. La recopilación de estos datos nos permite identificar a los diversos públicos con el fin de poder implementar una oferta que vaya de acuerdo a cada uno de ellos.



1. Estudiantes y personajes en el medio cinematográfico.
2. Personas en situación de pobreza extrema.
3. Niños y Jóvenes.

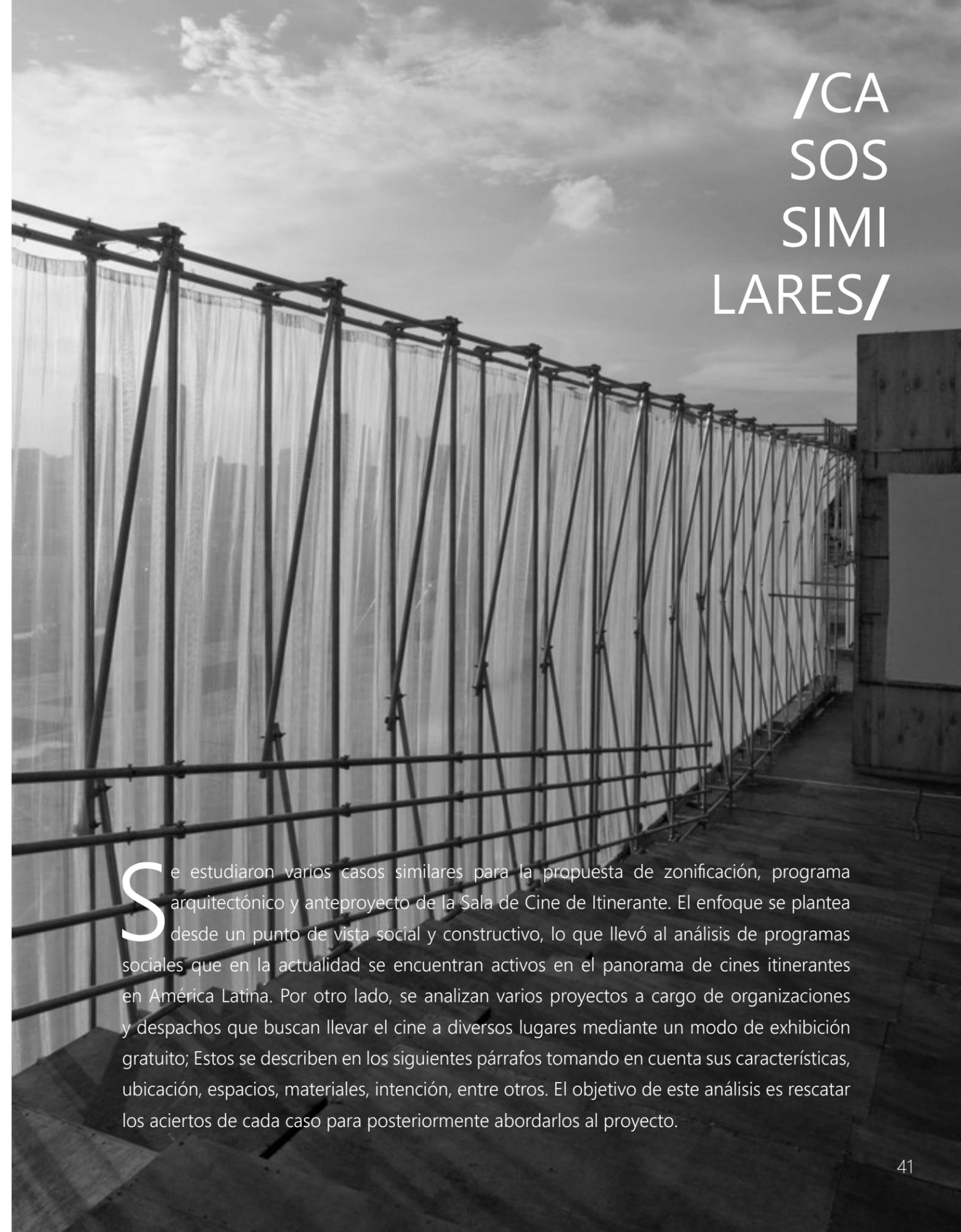
SELECCIÓN _DE SITIO



De acuerdo a los parámetros antes mencionados se identificaron 34 municipios donde se propone iniciar la gestión el proyecto:

Coahuayana, Apatzingán, Tepalcatepec, Buenavista, Tumbiscatío, Tuzantla, Susupuato, Tzitzio, Charo, Tarímbaro, Morelia, Lagunillas, Nocupétaro, Carácuaro, Ario, Taretan, Uruapan, Nahuatzen, Cherán, Zacapu, Purépero, Peribán, Charapan, Los Reyes, Tocumbo, Tingüindín, Jiquilpan, Marcos Castellanos, Sahuayo, Vista Hermosa, Zamora, Jacona, La Piedad, Zináparo.

/CA
SOS
SIMI
LARES/



Se estudiaron varios casos similares para la propuesta de zonificación, programa arquitectónico y anteproyecto de la Sala de Cine de Itinerante. El enfoque se plantea desde un punto de vista social y constructivo, lo que llevó al análisis de programas sociales que en la actualidad se encuentran activos en el panorama de cines itinerantes en América Latina. Por otro lado, se analizan varios proyectos a cargo de organizaciones y despachos que buscan llevar el cine a diversos lugares mediante un modo de exhibición gratuito; Estos se describen en los siguientes párrafos tomando en cuenta sus características, ubicación, espacios, materiales, intención, entre otros. El objetivo de este análisis es rescatar los aciertos de cada caso para posteriormente abordarlos al proyecto.

THE CINEROLEUM

Film 'er up!

Assemble

Ubicación: 105 Clerkenwell Rd, Clerkenwell,
London EC1M 5SA, Reino Unido.

Año Proyecto: 2010



F.16

El Cineroleum fue un proyecto de iniciativa propia que transformó una gasolinera de Clerkenwell Road en un cine. El proyecto fue un experimento en potencia para la reutilización de las 4,000 gasolineras vacías del Reino Unido. El Cineroleum era una improvisación en la rica iconografía y los interiores decadentes de la era de oro del cine. Los elementos clásicos se vuelven a crear para la configuración de la fachada utilizando materiales baratos industriales, regenerados o donados. Los asientos abatibles fueron hechos de tablonces de andamios, el vestíbulo está amueblado con sillas y mesas escolares revestidos de formica, y el auditorio está rodeado por una cortina, creada por tres kilómetros de costura de membrana para techos cosida a mano. A diferencia del multicine ubicado afuera de la ciudad, el Cineroleum celebra la experiencia social de ir al cine, desde la máquina de palomitas y un bar en la tienda de la antigua estación hasta un programa de clásicos accesible. Al final de la película se alzó el telón, invitando a la audiencia a salir del mundo imaginativo de la película al teatro de todos los días de la calle. (Assemble, 2010)



Aunque este proyecto aborda la creación de un prototipo de cine con el fin de activar un espacio que se encontraba en desuso, se llegó a la conclusión de que las características son bastantes similares a lo que se pretende abordar con el cine itinerante. El aspecto más relevante a tomar en consideración es la elección de materiales de bajo costo que a su vez puedan reutilizarse. El programa arquitectónico aborda los espacios más indispensables, razón por la cual resulta pertinente considerar este proyecto dentro de los casos similares, aun cuando este surge a partir de necesidades sociales y espaciales muy diferentes al proyecto de cine itinerante.

PROGRAMA ARQUITECTÓNICO:

- Sala de proyección
- Taquilla
- Bar y barra de alimentos
- Sanitarios (usuarios/empleados)
- Bodegas
- Recepción



F.17

BLOCKBUSTER

Work!

Ubicación: MUAC, Insurgentes Sur 3000, Centro, Coyoacán, Ciudad de México, D.F.

Año Proyecto: 2011

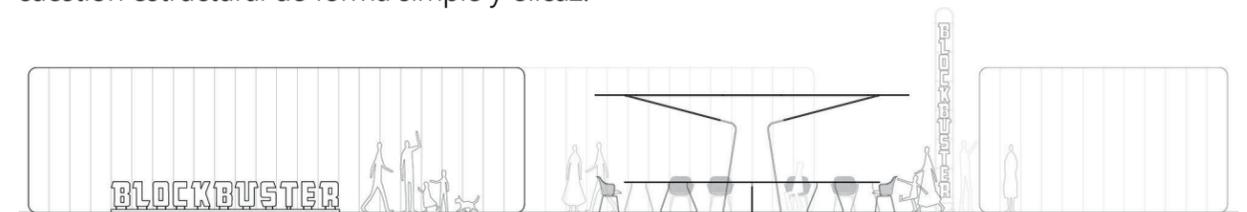


F.18

Producida por la Fundación CIAC, Blockbuster: Cine para Exhibiciones, es una exposición que investiga la manera en la que el cine de grandes directores del siglo XX ha influenciado a importantes artistas contemporáneos que trabajan con el video y la producción cinematográfica. La exposición itinerante recientemente inició su recorrido en el MUAC para continuar en varias sedes de México, Sudamérica y Canadá. La museografía para Blockbuster: ¡Cine para exhibiciones fue diseñada por Work! y traduce una serie de condiciones técnicas y necesidades espaciales, en un concepto de diseño que aborda el proyecto como una caja de videoarte, un contenedor ambulante que refuerza la movilidad y diversidad de las obras que integran la línea curatorial. (Archdaily, 2019)

Las dimensiones de los módulos de proyección responden al promedio mínimo de sala solicitado por los artistas, siempre considerando que el espacio que se contiene es tan importante como el que queda libre; Como soporte se eligió un sistema hecho a base de trusses que sirve para dar rigidez y sostener el equipo técnico que requieren las proyecciones. Este esqueleto metálico se forra con una piel inflable acústica, hecha con una lona blackout que impide el paso de la luz al interior de las salas. La elección de estos sistemas constructivos favorece un montaje-desmontaje muy sencillo e intuitivo.

Los materiales empleados se vuelven el atractivo principal, dado que estos gozan de nuevas tecnologías sin descuidar la parte estética, lo que al final se traduce en el punto visual más relevante del proyecto. Las consideraciones de diseño de este prototipo están pensadas para una arquitectura de interiores, por lo tanto, difieren de la sala de cine itinerante por su emplazamiento al aire libre; sin embargo, el esqueleto de metal que se plantea resuelve la cuestión estructural de forma simple y eficaz.



F.19

Csutoras & Liando



Csutoras & Liando

Ubicación: Jakarta, Indonesia

Año Proyecto: 2013

Área: 530 m²

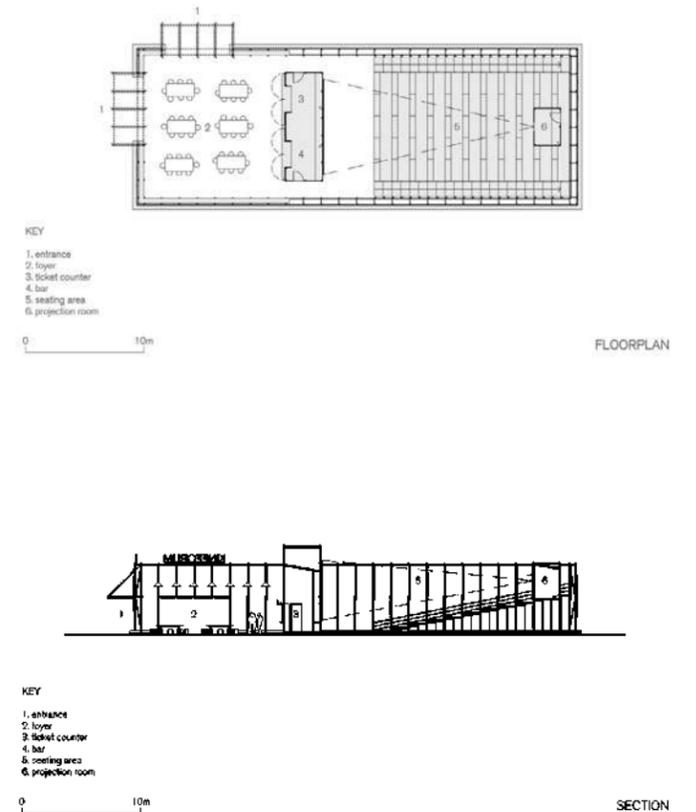
Kineforum Misbar fue un Edificio de uso temporal, construido en el marco de la Bienal internacional de Arte contemporáneo en la Ciudad de Jakarta. La propuesta, un cine al aire libre, fue el resultado de la colaboración entre la oficina de Arquitectura Csutoras & Liando y el Kineforum, una organización sin fines de lucro que opera el único cine en Jakarta, que se dedica a la difusión de películas independientes tanto internacionales como locales.

El proyecto "Kineforum Misbar" hace referencia a los tradicionales cines al aire libre que tuvieron lugar en la Ciudad de Jakarta, y que hoy, se encuentran extintos. El cine se localizó en el centro de Jakarta, en las inmediaciones del Museo Nacional de Indonesia. Su estructura de 38 x 14 m, compuesta por andamios y revestida con una cortina translúcida de 6 metros de alto se utilizó para entregar presencia al cine dentro del gran área que circunda el museo y para definir al mismo tiempo, los límites interiores del edificio, el cuál fue construido en 10 días, utilizando materiales baratos que fueron posteriormente reutilizados después del evento. (Archdaily, 2019)



F.20

La estructura principal consistió en un sistema de tuberías de andamios arrendada, la cual fue fácilmente adaptable permitiendo un rápido montaje. El material usado para la cortina de la fachada consistió en una malla sombra blanca tipo agronet, típicamente utilizada para trabajos relacionados con la agricultura. Este proyecto se encuentra en un plano más cercano de lo que se busca proyectar para la sala de cine itinerante; entre los puntos más importantes a considerar destacan los materiales de bajo costo, fácil armado y el sistema para la gradería, así como la banca que recorre el perímetro, la cual se ubica en la parte baja de la fachada y sirve como galería a la cancha de situada junto al cine.



F.21

BaO

ARCHITECTS

BaO Architects

Ubicación: 429 Zhaodengyulu, Beijing, China

Área: 150 m²

Año Proyecto: 2016

Presupuesto: €12,000

El BAITAcinema es una activación efímera de un pequeño patio situado en el histórico distrito de Baitasi en Beijing. Realizado para la Semana de Diseño de Beijing 2016, el proyecto es el primer paso en una estrategia a largo plazo que los arquitectos Bao están llevando a cabo con la Embajada de Francia en China para transformar este patio en un espacio cultural permanente para acciones colectivas y compartidas. El gesto central del proyecto fue la construcción de un anfiteatro de madera dentro de la disposición existente de la casa. Invadiendo tanto espacios exteriores como interiores y transformando totalmente la experiencia del visitante del lugar. La instalación provoca deliberadamente su anfitrión vernáculo y crea encuentros accidentales o eventos espaciales entre lo nuevo y lo antiguo. (BaO- a, 2019)



F.22

Este proyecto se planteó como un artefacto flexible en las inmediaciones de un espacio residencial y tradicional, por lo tanto, cumple la misma función social que la sala de cine itinerante; buscando establecer una conexión entre los barrios circundantes por medio de una infraestructura que permite reuniones y celebra acciones colectivas. Esta intervención se centró en el deseo y la posibilidad de crear un acontecimiento espacial que permitiera un enfoque sociopolítico. el anfiteatro propuso crear un espacio tradicionalmente asociado con la vida pública, el espacio comunitario y la reunión cívica, en un ambiente que personifica la domesticidad y la intimidad de la vida familiar china. Es desinhibido en su diseño, celebra las posibilidades de la pequeñez, y es audaz en su actitud hacia su marco histórico.



F.23



La “política de puertas abiertas” del proyecto creó una ambigüedad entre el espacio público y privado que pretendía señalar la próxima creación de un programa orientado al público en el corazón del barrio”.

V — a — c

V-A-C Foundation

Ubicación: Fondazione delle Zattere 1401,
Venecia, Italia.

Año Proyecto: 2017

Área: 7.07 m²

Diseñado para la V-A-C Foundation, el Cine callejero ajustable del arquitecto israelí Omri Revez descansa ligero junto a un canal de Venecia, expandiéndose, contrayéndose, abriéndose y cerrándose a medida que cambia su programa. Funcionando como un punto de reunión social durante el día y un cine al aire libre por la noche, la estructura fue levantada para el 74° Festival de Cine de Venecia como parte de la exposición de la V-A-C en la Bienal de Arte de Venecia 2017, Construcción de la Fuerza Espacial, una reflexión sobre el centenario de la Revolución Soviética.



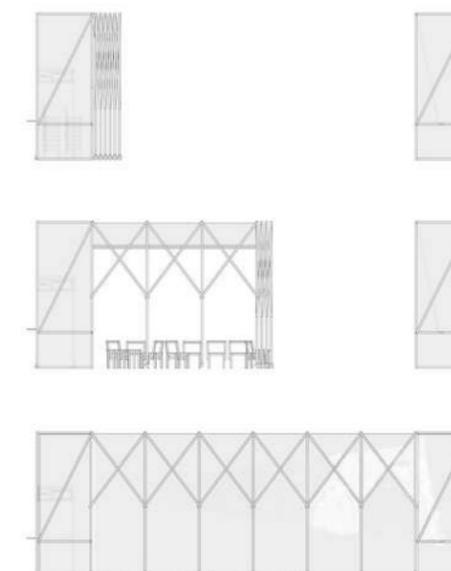
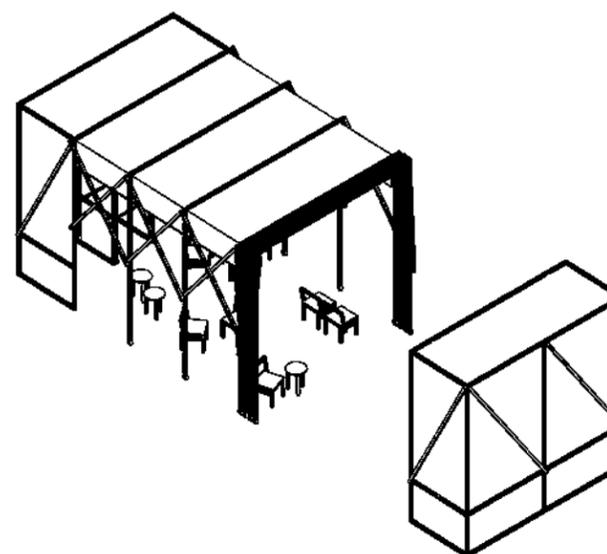
El cine fue una herramienta crucial para la difusión de información durante las primeras etapas del período soviético, siendo la forma más efectiva para unir a las personas en un estado devastado por los efectos de la guerra civil. Este cine callejero buscó hacer referencia al cine y al tren soviético Agit, para reflexionar sobre la poderosa influencia de los medios visuales en contextos sociales y políticos. La lógica del Constructivismo Ruso inspiró los elementos metálicos que unen a estructura modular de madera. Estos marcos se pueden mover hacia adelante y hacia atrás, con una variedad de propósitos culturales, desde conferencias y debates públicos hasta actuaciones artísticas y proyecciones de películas. (Archdaily, 2019)

F.24



F.25

La flexibilidad del cine permite una variedad de actividades; la primera fue una pieza de actuación de la artista rusa Olga Jitlina como parte de la muestra Construcción de la Fuerza Espacial. Pero dada la inspiración del cine, la película fue el foco principal. Dividido en 8 partes, el programa del cine presentó piezas alineadas con las ideas de Campo de batalla, Festival, Exposición, Escuela, Teatro, Prensa, Fábrica y Hogar. Cada uno de ellos representaba "un espacio de importancia crítica en la primera Rusia soviética" y abordaba "el cambio social, político, económico y artístico que marcó el surgimiento de un nuevo paradigma estatal y de construcción social".





Cine Móvil ToTo

Ubicación: Ciudad de México.

Actividad: 2013 - presente

Fundadores: Diego Torres y Roberto Serrano.

-Empresa ecológica y promotora del cine mexicano, dirigida a la sociedad en general, con especial interés en aquellas comunidades que no tienen fácil acceso a una sala de cine. -

Cine Móvil ToTo lleva cultura, entretenimiento y mensajes positivos a través de funciones gratuitas de cine mexicano a distintos rincones de nuestro país para que vivan esta experiencia, promoviendo el cuidado del planeta a través de tecnologías sustentables que generan energía cinética para alimentar la imagen y sonido de una proyección en la "Totoneta", por lo que el único costo por ver una película es participar pedaleando unos cuantos minutos. Esta iniciativa comenzó en el año 2012 con la participación de Diego Torres, uno de los fundadores del proyecto, a través del programa Cine en tu comunidad organizada por IMCINE, quien se sorprendió de ver lo que pasaba en las zonas donde llegaron y proyectaron las cintas; a partir de allí junto con Roberto Serrano, otro de los fundadores, decidieron emprender algo similar pero con un enfoque más social y participativo.

Al buscar ideas se toparon con la película de Los Ginger Ninjas de Sergio Morkin quienes son un grupo de músicos californianos que ruedan por México en sus bicicletas generando energía eléctrica para tocar y hacer lo suyo, ahí fue que los dos pensaron en crear algo similar pero para el cine. El proyecto consiste en llevar cine mexicano a las comunidades que por diferentes factores como económicos o geográficos no pueden asistir a una sala de cine además de que se utiliza energía renovable y una pantalla de tres por cuatro metros, una celda solar con dos baterías fotovoltaicas con capacidad de 500 watts, marcadores para que no se sobrecargue o no se pierda la carga y cuatro bicicletas recumbentes, las cuales se utilizan como generadoras de energía al pedalear para proyectar la película.

"Me gusta llamarlo cine activo porque el público participa en la película de alguna forma, entonces esa es la parte que más nos interesa cubrir, que el público disfrute y que se dé cuenta que son parte de ello, que piense 'yo al pedalear estoy provocando que mi comunidad vea la película'". - Diego Torres, cofundador.

Su misión es recorrer año con año todas las comunidades mexicanas, hasta las que no tienen acceso a una sala de cine, para llevar emociones y cultura a través del cine mexicano, ocupando únicamente energías renovables, generada por bicicletas y paneles solares, creando conciencia en la sustentabilidad. Su visión es ser la promotora más importante de conciencia ecológica y Cine Mexicano, bajo el concepto de cine itinerante con nuestros Cine-circuitos anuales y permanentes visitando comunidades que no tienen fácil acceso al cine.

Los fondos de Cine Móvil Toto se consiguen a través de la iniciativa privada, como marcas y servicios que quieran promocionarse siempre y cuando tengan la ideología de Toto, también se considera el apoyo de las instancias gubernamentales como presidencias municipales, ayuntamientos, centros culturales o con fundaciones ya que las funciones son totalmente gratuitas para el público. Tras seis años, Cine Móvil Toto ha proyectado más de 450 funciones que se traducen en más de 90 mil kilómetros recorridos en las bicicletas, que han generado más de 540 mil watts de energía. Su gira, que comenzó en San Luis Potosí, también está acompañada de una campaña en la que promueven los objetivos de Desarrollo Sostenible de la Organización de las Naciones Unidas. En ese sentido, este año sus proyecciones incluyen actividades lúdicas, como un juego de lotería o pirinola, a fin de que más comunidades conozcan las 17 metas que se plantean en la agenda 2030.





Cine a la Intemperie

Ubicación: Argentina.

Actividad: 2007 - presente

Fundadoras: Viviana García y Griselda Moreno.

-Gestión y realización de proyectos culturales independientes con compromiso social, tanto en espacios formales como no formales, diseñando diferentes estrategias de exhibición. -

Con la idea de mostrar trabajos independientes que se despegan por completo de aquellos que se mueven dentro de lo comercial, Cine a la intemperie es un proyecto cultural Itinerante sin fines de lucro, que exhibe y difunde el cine independiente latinoamericano en Argentina y en el mundo de forma gratuita, bajo el slogan 'por una exhibición alternativa de nuestra cultura audiovisual', y tiene como misión promover la diversidad cultural y el fortalecimiento de la identidad a partir de la difusión de audiovisuales en espacios no convencionales. Viviana García y Griselda Moreno emprendieron el proyecto denominado Cine a la Intemperie, cuyo objetivo era traspasar las fronteras de América Latina y en el camino ir proyectando trabajos audiovisuales argentinos y del resto de Latinoamérica.

"El deseo de compartir la riqueza de nuestras manifestaciones culturales, descentralizar la cultura audiovisual de las grandes ciudades a los pueblos, a las comunidades, a las fronteras y ambicionar convertirnos en una ventana de exhibición e integración mediante el cine independiente ha llevado a que obtengamos una gran cantidad de avales de diferentes naciones latinas, como el respaldo institucional de Secretarías de Cultura de algunas provincias argentinas, así como la declaración de interés cultural por parte de la Secretaría de Cultura de Presidencia de la Nación Argentina y el Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto de la Nación." -Viviana García, cofundadora.

Su trayectoria se basa en proyecciones de audiovisuales en centros culturales, municipales, educativos, en Espacios al Aire Libre como Plazas, Parques, Calles de Barrios, en las Paredes de la Iglesias, en Escuelas Rurales/Urbano Marginales, en Centros de Culturas, en Comunidades Campesinas, Comunidades de Pueblos Originarios, en Polideportivos, en Canchas de Básquet, de Fútbol, en Capillas, Sacristías, en Casas de Abuelos, Cárceles, Correccionales, Hospitales, Centros de Juventud, etc. Proyecciones que luego han tenido interesantes debates post visionado.



F.27

Cine a la Intemperie creció a medida que fue generando espacios de reflexión e interacción con los pueblos y sus espectadores en torno a lo que se exhibía, abriéndose al intercambio cultural, fortaleciendo identidades, e incrementando la cantidad de material para sus proyecciones, llegando a juntar más de 600 cortos y documentales. Dentro de sus producciones cuentan con un documental y un libro que resumen una Gira Latinoamericana que llevaron a cabo entre el 2008-2010. El viaje duró dos años y cinco meses, recorriendo 52.000 kilómetros, atravesando parte de Argentina, Chile, Bolivia, Perú, Ecuador, Colombia, Centro América, México, en el viaje de ida y regresando por Cuba, Venezuela, la cuenca del Amazonas, el nordeste brasileño, Paraguay, Uruguay hasta regresar a la ciudad de Córdoba, punto de partida del largo recorrido.

"La diversidad de nuestros destinatarios está relacionada a la diversidad del material audiovisual con que contamos y elegimos para proyectar, el cual refiere a temáticas de pueblos originarios, derechos humanos, genero, movimientos sociales, medio ambiente, realidad latinoamericana y otro temas con contenidos de gran valía y con muy buena calidad estética narrativa. Nuestro Catalogo reúne unas 500 obras de cineastas oriundos de la mayoría de los países de América Latina, contando con una amplia variedad de miradas hacia nuestro continente." - Griselda Moreno, cofundadora.

AMBULANTE

cine documental itinerante

Documental Ambulante A.C

Ubicación: Ciudad de México.

Actividad: 2005 - presente

Fundadores: García Bernal, Diego Luna y Elena Fortes.

Documental Ambulante A.C. es una organización sin fines de lucro, fundada en 2005 por Gael García Bernal, Diego Luna y Elena Fortes, dedicada a apoyar y difundir el cine documental como una herramienta de transformación cultural y social. Ambulante viaja a lugares que cuentan con poca oferta de exhibición y formación en cine documental, con el fin de crear una audiencia participativa, crítica e informada, y abrir nuevos canales de expresión y reflexión en México y en el extranjero.

F.28



Cada año Documental Ambulante A.C. realiza un festival internacional de cine documental en colaboración con CANANA, Cinépolis y el Festival Internacional de Cine de Morelia, que recorre varios estados de México durante 2 meses. Con una muestra internacional de más de 100 títulos, alrededor de 100 invitados y más de 150 sedes, Ambulante promueve el cine documental a lo largo del país. La gira busca ampliar los circuitos tradicionales de exhibición en México más allá de las sedes comerciales con el objetivo de alcanzar a distintos grupos.

Además de proyecciones, se organizan talleres, encuentros con realizadores, seminarios, paneles de industria, teatro documental, autocinemas, y una presentación de documentales en el Festival Iberoamericano de Cultura Musical Vive Latino. Actualmente, Ambulante es el festival de documental de mayor alcance en México y un espacio de exhibición único en el mundo. El festival es no competitivo y ofrece más del 60% de su programación de manera gratuita. Desde su primera edición, el festival ha crecido más de un 610%.

Por otro lado, el área de formación de Ambulante, Ambulante Más Allá, tiene como objetivo capacitar a nuevos realizadores provenientes de diversos rincones de América Latina, quienes cuentan con acceso limitado a las herramientas necesarias para compartir sus historias con un público amplio. Por medio de talleres modulares, Ambulante Más Allá fomenta la realización cinematográfica independiente para lograr que estas historias sean contadas desde una perspectiva cultural y estética propia, que no surja de la imposición de parámetros cinematográficos convencionales.

Objetivos Estratégicos:

- Generar en la sociedad una actitud más crítica hacia el entorno inmediato; invitar a todos los que quieran acompañarnos a habitar una realidad, cercana o lejana, que se hace relevante en el momento de ver cine en comunidad y que evidencia una relación más allá de la pantalla.
- Descubrir nuevos talentos y promover la formación de cineastas mexicanos y la proyección de su trabajo en el mercado nacional e internacional.
- Promover un modelo de exhibición de cine documental innovador y replicable en diversos contextos para alcanzar y formar nuevos públicos participativos y críticos, por medio de actividades multidisciplinarias para diversos sectores de la sociedad, priorizando a personas con poco acceso al cine documental.

- **Construir juntos una sociedad más crítica, empática, abierta y comprometida.** -

elcinevino.cl

Cine itinerante / ECV Medios / Arquitectura

ELCINEVINO

Ubicación: Chile.

Actividad: 2001 - 2011

Fundadores: Cristián Schmitt, Mathias Jacob, Gonzalo Fuentes, Luis Cifuentes y Waldo Urquiza.

ElCinevino es un proyecto de cine Itinerante, que tiene como objetivo llevar el séptimo arte a espectadores que no tienen acceso a este bien cultural por problemas socioculturales, económicos o geográficos. Este proyecto se inició en octubre del 2001 y finalizó en marzo del 2011, realizando 1000 exhibiciones de cine en localidades rurales y ciudades de Chile para públicos sin acceso a salas de cine, más 100 talleres para niños y jóvenes produciendo 100 cortometrajes escritos y realizados por los mismos alumnos.

El origen del proyecto fueron exhibiciones de cine gratuitas en la escuela de Arquitectura de la Pontificia Universidad Católica de Chile, entre los años 1997 y 2002. Los miembros originales, y que trabajaron en esta primera etapa fueron: Cristián Schmitt, Mathias Jacob, Gonzalo Fuentes, Luis Cifuentes y Waldo Urquiza. Todos ellos arquitectos de la Escuela UC de Chile. Además de los socios y fundadores originales, ElCineVino logró existir gracias a un equipo de trabajo integrado por pedagogos, actores, diseñadores, ingenieros, entre otras profesiones, que colaboraron en las distintas iniciativas de la Productora.

ElCinevino fue financiado en su primera etapa por un Fondo Nacional de Desarrollo de las Artes 2001 FONDART, del Gobierno de Chile. Esta primera experiencia consistió en una gira de 12 exhibiciones, en localidades rurales de la Región Metropolitana. Además el fondo financió la adquisición e implementación del primer cine móvil. Este vehículo, denominado Vefafe, consistió en montar una pantalla de proyección, sobre un sistema de parrillas plegables, montado sobre un Furgón Peugeot Bóxer. Además el vehículo debía poder trasladar todo el equipamiento audiovisual y a los operarios del cine móvil.

La proyección se realiza con un sistema de alta definición en imagen y sonido, con capacidad para hasta 500 espectadores en una pantalla de gran formato con un sistema ecológico de bajo consumo y transportabilidad que permite llegar a cada rincón de Chile.

“Nuestra apuesta es de participar del reducido mundo audiovisual nacional con propuestas nuevas, que incorporen elementos propios de nuestra idiosincrasia, resaltando productos regionales, infantiles y culturales.” -Equipo de ElCinevino.

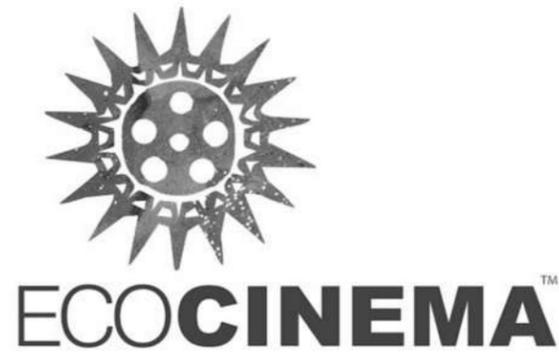
Los objetivos del proyecto fueron:

- Ser un actor relevante del medio cultural chileno.
- Enfocar el trabajo en el segmento de la población con menor accesibilidad a los bienes culturales, ya sea por razones geográficas o económicas.
- Fomentar el uso desprejuiciado de los espacios públicos con actividades artístico - culturales.
- Crear proyectos que permitan complementar la educación formal de niños y jóvenes.

Queremos colaborar con la difusión de las artes en las localidades que están fuera del circuito clásico de distribución. Creemos que es posible encontrar nuevas formas de atraer a la empresa privada a esta labor, abriendo la gama de proyectos a itinerancias, festivales, producciones artísticas, etc., a la par trabajamos por complementar la educación escolar formal, con actividades artístico culturales. Este tipo de formación ha sido históricamente dejado de lado, sobre todo por los colegios de escasos recursos, quedando pendiente una enorme tarea en la formación de sensibilidades artísticas y de audiencias para la creciente oferta cultural.



F.29



Ecocinema

Ubicación: Uruguay, Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, México.

Actividad: 2007 - presente

-Educación, Cultura, Sustentabilidad, Inclusión y Convivencia. -

Ecocinema es una plataforma internacional de comunicación que genera conciencia a través de la educación y la cultura, además de que promueve las energías renovables en toda América Latina y ciertas acciones concretas contra el cambio climático entre otras actividades y se ha caracterizado por ser una gran plataforma global que emplea el cine como una herramienta clave para la democratización del acceso a la cultura y la educación, además de que promueve el cuidado del medio ambiente y las energías renovables en niños, jóvenes y adultos.

Cuenta con sedes en Uruguay, Argentina, México, Chile, Brasil, Ecuador y Panamá, en donde realiza talleres y funciones de cine a través de laboratorios solares móviles, los cuales recorren estos países en forma simultánea. Para tales actividades utiliza equipos de pantallas gigantes inflables, proyectores HD y sonido alimentados 100 por ciento con energía solar y crea salas de cine sustentables en espacios públicos, las cuales ofrecen a millones de personas proyecciones y talleres educativos totalmente gratuitos

Uno de sus logros importantes es el aprovechamiento de la energía solar, pues entre sus principales objetivos está promocionar y popularizar el conocimiento en dicha energía de modo que se promueva su uso en ciudades y comunidades de todo el mundo, para ello utiliza cada unidad de Ecocinema como un laboratorio de energías renovables y un ejemplo práctico de su uso. En México lo ha hecho especialmente en comunidades indígenas, a quienes han llevado cine en su propia lengua materna como el náhuatl, maya y purépecha.

Además cuenta con varios aliados en distintas materias, como lo son el Festival Internacional de Cine de Morelia, ONU Mujeres, Transparencia Internacional, la fundación del ex vicepresidente de Estados Unidos y Premio Nobel Al Gore, The Climate Reality Project, Banco Mundial, entre otros para promover distintos tipos de valores a través del cine.



F.30

Los objetivos del programa son:

- 1) Llevar cine a los espacios públicos de barrios, ciudades, comunidades rurales y zonas remotas de Latinoamérica como forma de democratizar el acceso al cine y la cultura mediante una plataforma única y gratuita que utiliza equipos de proyección alimentados por energía solar.
- 2) Difundir campañas sociales en talleres educativos que generen impacto en la población y fomentar así la inclusión social especialmente de niños y jóvenes.
- 3) Promover la conciencia ambiental, utilizando cada unidad de Ecocinema como un laboratorio móvil de energías renovables, brindando información que permita la popularización de su conocimiento, usando el cine como un perfecto vehículo de un mensaje sustentable.
- 4) Recuperar espacios públicos para fomentar la convivencia social pacífica revalorizando los conceptos de ciudadanía y comunidad entre sus habitantes.
- 5) Ser una gran red que integre a personas de diversas regiones del mundo para difundir sus culturas y valores. El lenguaje audiovisual debe ser la ventana de conexión entre realidades diferentes, donde podamos reflejarnos y encontrarnos.

ES TRA TEGIAS DE DI SEÑO

"La **sala de cine itinerante** consiste en el desarrollo de una **estructura** que permita realizar una **muestra itinerante** de cine en **zonas** donde el **acceso** a esta actividad se encuentre **limitada**."

ORGANIZACIÓN FUNCIONAL

Programa Arquitectónico

El proyecto contempla dos espacios prioritarios:

| Una sala para la proyección de audiovisuales con cabina de proyección

| Un módulo de sanitarios

Los requerimientos esenciales a tomar en consideración para la propuesta fueron:

| Calidad de la imagen proyectada

| Calidad del sonido

| Aislamiento acústico

Los cuales se vuelven las condicionantes principales de este proyecto.

ORGANIZACIÓN FORMAL

Dada la naturaleza del proyecto, queda condicionada al sistema estructural propuesto, así como también se exigen los factores geográficos, por su característica itinerante.

ESTRATEGIA MODULAR

De acuerdo con las conclusiones que surgen del análisis de los antecedentes en el campo de las exposiciones temporales en espacios públicos, se identificó una referencia directa de particular importancia para el proyecto que se propone: Las definiciones técnico-constructivas de las estructuras modulares que se utilizan para el montaje en espacios temporales. Esta estructura permite un montaje sistematizado y útil para el desarrollo de este proyecto. A continuación, se describen los elementos más importantes a tomar en consideración para la proyección de la sala de cine itinerante:

Componentes estructurales: Son elementos que se suceden para configurar una estructura mayor.

Traslado: El traslado incluye no solo los componentes de la estructura, sino también todas las herramientas necesarias para el montaje y el personal requerido para llevarlo a cabo. Es frecuente que el número de herramientas se multiplique por la cantidad de instaladores, (un martillo para cada instalador, una escalera para cada uno, etc.), A su vez, el volumen del material que se traslada determina el vehículo de transporte a utilizar y sus dimensiones mínimas requeridas para circular.

Anclaje: La diversidad topográfica de los terrenos y las limitaciones de intervención, dependientes de las normativas municipales, determinan el modo de anclaje de los sistemas de exhibición. Dentro de las opciones habituales que se pueden encontrar, están aquellas que necesitan perforar el suelo para colocar pernos o estacas, las que se apoyan sobre estructuras pesadas como lastres y las que son auto-portantes.

Armado- Montaje: El montaje en terreno debe ser lo más rápido posible, dado que este tiempo afecta a los costos finales y es esperable que sean minimizados. Entre los factores más críticos para el armado pueden mencionarse: - el número de operaciones; - el tipo de unión entre las diferentes partes, y - el personal necesario para la instalación, tanto en volumen como en características físicas o preparación técnica.

Otras consideraciones: En estructuras de tamaño medio (de 8 a 10 m por lado) el uso de maquinaria no es estrictamente necesario, pero demanda del instalador considerable fuerza física, y trabajo en conjunto. En estructuras de gran envergadura, el uso de montacargas es obligatorio, dado que así está previsto desde la generación de la estructura.

La muestra debe estar pensada y armada de acuerdo a los productos que se van a exhibir, y a las características del público asistente. Para ello es necesario contemplar una distribución que facilite o proponga un sentido de circulación claro, definir la ubicación de los elementos exhibidos en lugares que no bloqueen el tránsito, analizar la forma y condiciones de exhibición de modo de facilitar la observación por parte del público.

CRITERIOS PARA DISEÑO DE SALA DE CINE

El primer paso a realizar será el diseño de la sala en el cual habrá que tener en cuenta la distribución de los asientos dentro de la misma, el dimensionado de la pantalla que servirá para establecer la forma y dimensiones del recinto, así como la correcta ubicación del proyector. Posteriormente se realizará el acondicionamiento acústico, con la elección de los diferentes materiales que brinden las condiciones óptimas a la sala de proyección.

TAMAÑO DE LAS IMÁGENES PROYECTADAS

Depende de la distancia entre el proyector y la pantalla, y tienen una relación de 1:2,34 entre sus lados (cinemascope), o de 1:1,66 (imagen ancha) cuando la sala de espectadores es más estrecha. El ángulo desde el centro de la última fila de espectadores hasta el canto exterior de la imagen no debe de sobrepasar los 38° en cinemascope: distancia de la última fila de asientos: pantalla = 3:2

PANTALLA

La separación entre la pantalla y la pared posterior deberá de ser de al menos 1,20 m. Esta separación se puede reducir en función del tamaño de la sala y del sistema de proyección empleado, hasta 50 cm, para la colocación del reproductor de sonido. La pantalla debe de estar perforada (permeable al sonido). Una plataforma transitable o una cortina la limitan lateralmente. Las grandes pantallas se curvan con el radio equivalente a la distancia respecto a la última fila de asientos. El canto inferior de la pantalla debe estar como mínimo a 1,2 m por encima del suelo.

CABINAS DE PROYECCIÓN

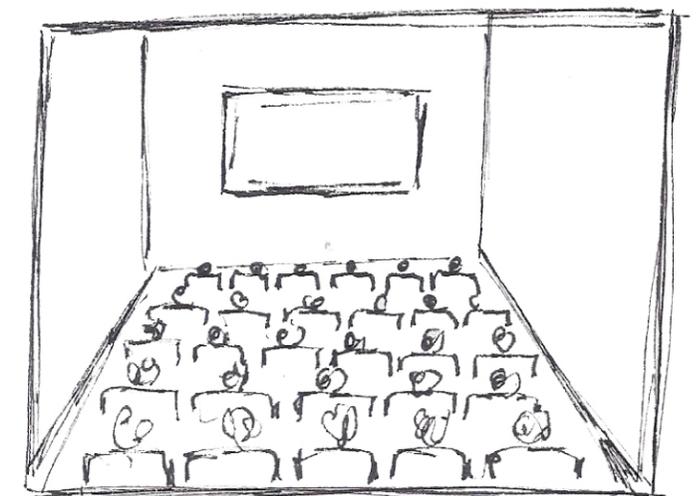
Los cines necesitan contar con un espacio de proyección, ya sea en la parte trasera del auditorio o dentro de la sala de iluminación y control; Esta debe ser central con respecto al área de representación. Las cabinas de proyección en los locales destinados a cines cumplirán con las siguientes especificaciones:

- Tendrán un área mínima de 4.00 m² por cada proyector y una altura mínima de 2.80 m.
- Contará con 1m de separación desde el proyector a la pared posterior y al lado de servicio.
- Tendrán una sola puerta de acceso de material incombustible y de cierre automático. La puerta abrirá hacia afuera de la cabina y no podrá tener comunicación directa con la sala.
- Las aberturas de proyección irán provistas con cortinas metálicas de cierre automático de material incombustible, y la ventilación deberá permitir 4 cambios de volumen total de aire por hora y se hará directamente al exterior de la sala.
- Con la introducción de las películas de seguridad ya no es necesario que estén construidas con muros cortafuegos y material incombustible, el único requisito es que deberá de estar dotada por lo menos con un extintor.
- Absorción acústica hacia la sala de espectadores.
- El centro del rayo de proyección no debe desviarse más de 5°, en horizontal o vertical, del centro de la pared de proyección; en caso contrario se debe reconducir a través de espejos de reflexión.

SALA DE ESPECTADORES

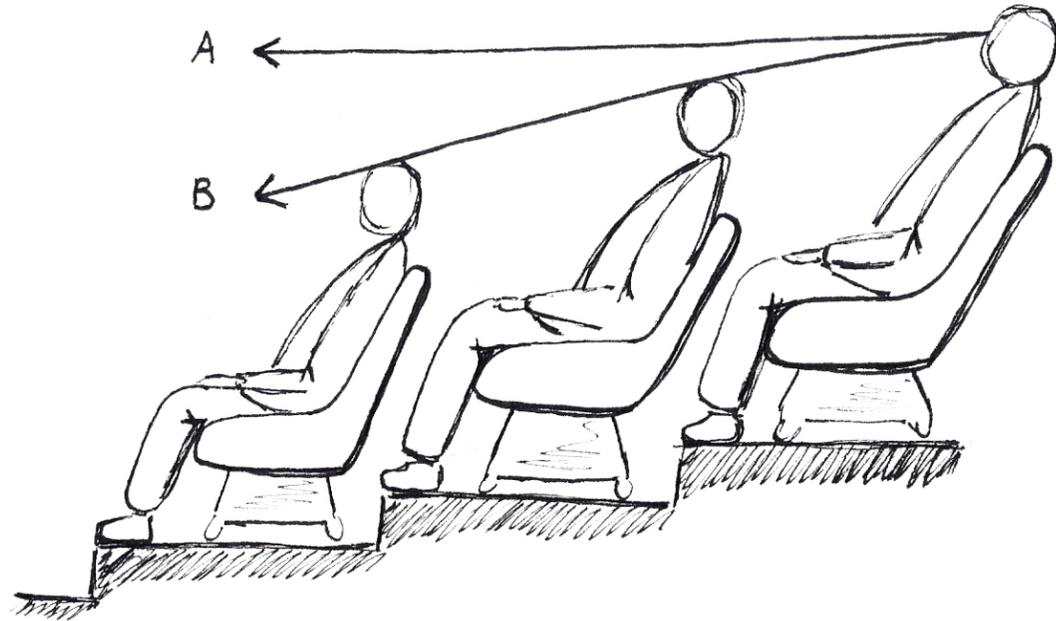
No debe de recibir luz del exterior, a parte de la iluminación de emergencia. El material de las paredes y el techo no deberá de reflejar la luz (con colores que no sean demasiado claros). Los espectadores deben estar sentados dentro de los límites de las aristas laterales de la imagen proyectada. La pendiente máxima admisible del pavimento es del 10% y los desniveles salvados con un escalón deben de tener una altura máxima de 16 cm en pasillos de 120 cm de anchura. A cada lado del pasillo se pueden colocar 16 asientos como máximo.

La posición de los espectadores dentro de la sala cinematográfica será aquella que permita la correcta visión de la imagen en la pantalla a todos los espectadores del cine. El ángulo deberá ser de aproximadamente 30° para el espectador más lejano y como máximo de 80 ° para el espectador más cercano.

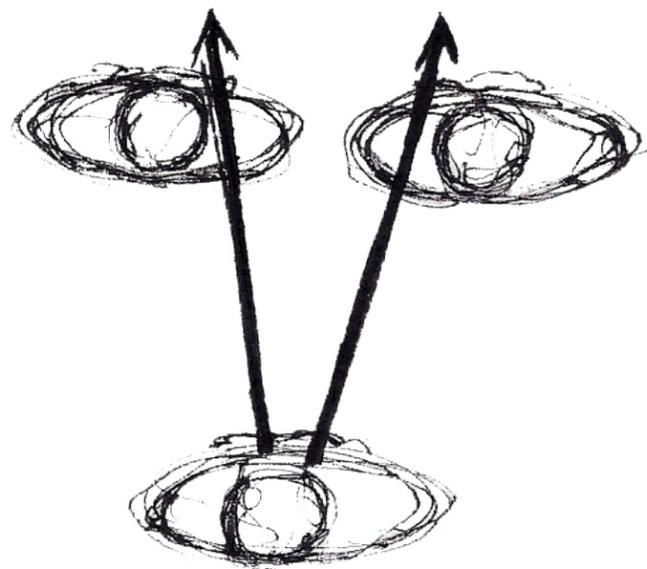


/ISÓPTICA

En el campo arquitectónico, la isóptica se define como la curva trazada para lograr visibilidad de varios objetos, y está formada por los lugares ocupados por los observadores. El ojo humano tiene un campo visual de 180°, a diferencia de algunas tecnologías pues pueden variar según el tipo de lente que se use.



Existen dos tipos de proyección de video: ámbito cercano y pantalla grande. Los sistemas de ámbito cercano son adecuados para imágenes de hasta 3 m de altura. Se diseñan para ser montados en la pared o con un soporte propio. La distancia de proyección es 1.5 o 1.6 veces el ancho de la imagen. Los sistemas de pantalla grande están disponibles con diferentes tamaños de lente, que permiten obtener diferentes tamaños de imagen. La altura máxima es de 5,5 m.



Isóptica vertical

Busca las alturas o desniveles adecuados para las rampas y gradas. Es necesario tomar en cuenta la antropometría de la población considerada como usuarios, además del tipo de mobiliario que se colocará o si los espectadores estarán de pie.

Isóptica Horizontal

Determina la radiación de las butacas o asientos dentro del graderío o rampa. Se consideran el ancho de los asientos y el reglamento que rige el uso del sitio. Por otro lado, también se debe tomar en cuenta el tipo de espectáculo que se llevará a cabo, pues esto cambia la tipología de la distribución.

/ACÚSTICA

Para lograr una buena acústica en ciertos sitios, es importante tomar en cuenta distintos factores tales como el sonido a emitir, la frecuencia, etc. Además del coeficiente de absorción del material con que se recubrirán los muros que delimitan el espacio. Controlando el sonido producido en el interior y evitar que salga y/o que entre algún sonido externo.

Actualmente además de la reproducción mono, ya es necesario el sistema dolby de reproducción estéreo con 4 canales, ya que así, junto a las 3 combinaciones de altavoces detrás de la pantalla queda un cuarto canal para altavoces suplementarios en los laterales y en el fondo de la sala. Para películas de 70 mm con 6 canales magnéticos de sonido se necesitan las correspondientes combinaciones adicionales de altavoces detrás de la pantalla. En los BXT, detrás de la pantalla existe una pared de absorción acústica, según el sistema Lucas, en la que se empotran las combinaciones de altavoces.

Se propone un sistema de absorción acústica, lo cual pretende que el sonido proveniente de una fuente o fuentes sea irradiado por igual en todas las direcciones logrando un campo sonoro difuso ideal. Esta técnica se conoce como acondicionamiento acústico; Por lo cual se hace una propuesta de materiales que cumplan con la característica de ser aislantes acústicos. La pared situada detrás de la última fila de asientos debería de aislarse contra el eco. Los altavoces se distribuyen de manera que no haya una diferencia en la intensidad de acústica mayor a 4 dB.

CRITERIOS DE SELECCIÓN DE MATERIALES

La durabilidad, permanencia, dureza o suavidad de los materiales son de las primeras variables a resolver cuando el diseño implica el espacio público. Es por esto que se utilizan materiales que puedan ser reutilizados para otras funciones y que estos a su vez sean amigables con el medio ambiente, de bajo mantenimiento y de fácil instalación en el sitio. Bajo estas características se analizaron diversos materiales y como resultado se encontró que el acero podría ser utilizado como elemento base y secundario (estructura y revestimiento) por sus propiedades mecánicas y estabilidad estructural.

Algunas de sus características son:

Alta resistencia

La alta resistencia del acero por unidad de peso implica que será poco el peso de las estructuras, esto es de gran importancia en para el diseño de vigas de grandes claros.

Uniformidad

Las propiedades del acero no cambian apreciablemente con el tiempo como es el caso de las estructuras de concreto reforzado.

Durabilidad

Si el mantenimiento de las estructuras de acero es adecuado duraran indefinidamente.

Ductilidad

La ductilidad es la propiedad que tiene un material de soportar grandes deformaciones sin fallar bajo altos esfuerzos de tensión. La naturaleza dúctil de los aceros estructurales comunes les permite fluir localmente, evitando así fallas prematuras.

Tenacidad

Los aceros estructurales son tenaces, es decir, poseen resistencia y ductilidad. La propiedad de un material para absorber energía en grandes cantidades se denomina tenacidad.

Otras ventajas importantes del acero estructural son:

✓ Gran facilidad para unir diversos miembros por medio de varios tipos de conectores como son la soldadura, los tornillos y los remaches.

✓ Posibilidad de prefabricar los miembros de una estructura. Rapidez de montaje.

✓ Gran capacidad de laminarse y en gran cantidad de tamaños y formas.

✓ Resistencia a la fatiga que el concreto.

✓ Posible reutilización después de desmontar una estructura.

Los materiales base que componen la estructura de la sala son los siguientes:

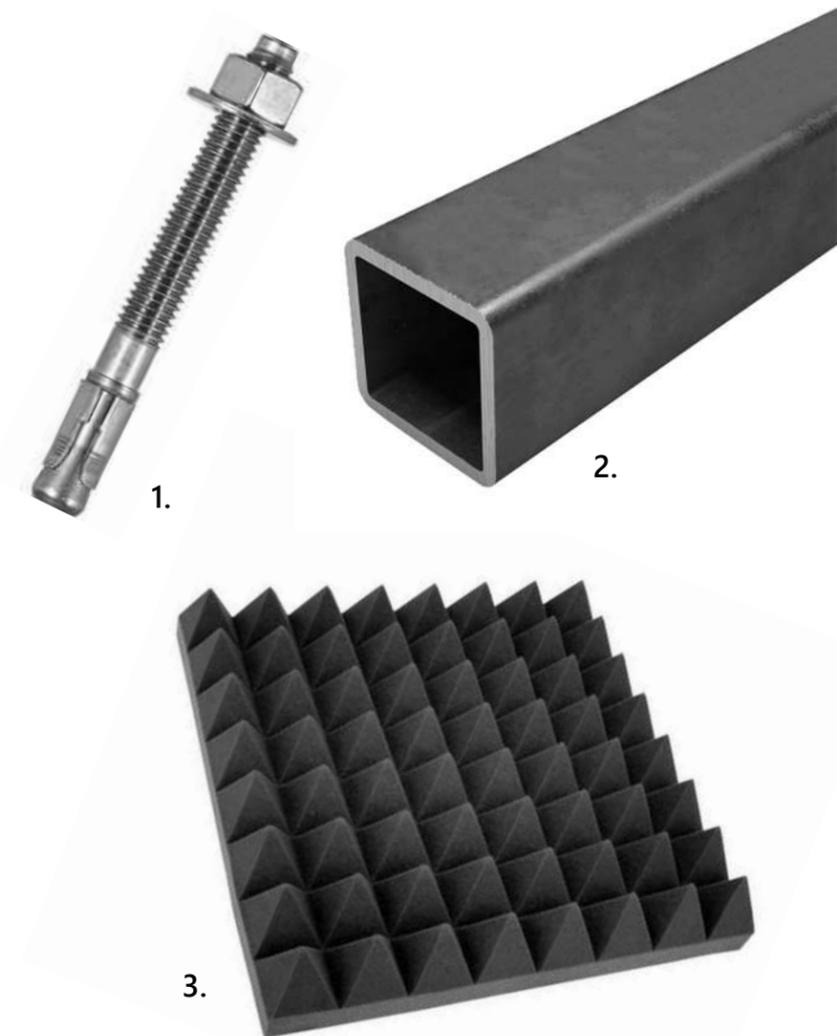
1. Pernos para anclajes en estructura metálica.

2. PTR estructural de 1" y 2"

3. Panel acústico

4. Panel Quadrolines marca Hunter Douglas para revestimiento exterior.

De esta forma la estructura se vuelve ligera, desarmable, adaptable y compacta, cumpliendo así con los objetivos establecidos previamente.



4.

/CON CLU SIO NES/

Los nuevos soportes que difunden las películas más allá de las salas, revelan la capacidad del cine para contar historias desde la diversidad de los pueblos y culturas. No obstante, aún con la multiplicación de las pantallas y el crecimiento sostenido de la producción cinematográfica, estamos lejos de una exhibición diversificada, donde no se hace posible ejercer el derecho al entretenimiento cinematográfico a todas las capas de la población. El ciudadano promedio al día de hoy, no cuenta con una verdadera diversidad de bienes y servicios culturales a su disposición para escoger, consumir y disfrutar; Es cierto que facilitar la creación y distribución de estos requiere de estrategias de gestión y financiamiento con el fin de hacerlas viables; Sin embargo resulta de suma importancia dar el primer paso al proyectar nuevos canales de distribución a través de proyectos itinerantes, festivales, producciones artísticas, etc,

cuyo objetivo sea democratizar el acceso al cine y la cultura mediante actividades, campañas y talleres sociales y educativos que generen un impacto en la población, todo esto en coordinación con las secretarías de estado, gobiernos estatales y municipales, universidades, asociaciones civiles, gestores culturales y empresas privadas, las cuales han beneficiado al panorama cultural en los últimos años a través de patrocinios, promotores, subsidios e incentivos fiscales.

Por su parte existen diversas iniciativas gubernamentales con programas sociales que se dedican a introducir cine de distintos géneros a lo largo del país, tales como la *Red Nacional de Polos Audiovisuales*, la *Semana de cine mexicano en tu ciudad*, *Cine en tu comunidad*, *La Calenda Audiovisual* que dirige los proyectos *Campamento Audiovisual Itinerante* y *Aquí Cine*, entre otros, pero aún estas siguen siendo limitadas en su frecuencia, cobertura geográfica y en términos de la población a la que llegan.

Otro punto a considerar es que los países que valoran el cine como sector estratégico de la industrial cultural y de la economía nacional, no escatiman esfuerzos ni recursos para apoyar la investigación y la elaboración de indicadores que van más allá del cine mismo. Los datos aislados de la *Cámara Nacional de la Industria Cinematográfica* (CANACINE) y el *Instituto Mexicano de Cinematografía* (IMCINE) resultan aún insuficientes para forjar análisis económicos y prospectivos para que la industria cinematográfica pueda canalizar sus recursos hacia una oferta pluralista.

Si bien, las salas dejaron de ser el espacio único y privilegiado para ver películas y existe una amplia infraestructura pública que podría aprovecharse en comunidades y centros urbanos para abrir nuevas ventanas al cine: escuelas, bibliotecas, centros de salud, auditorios, casas de cultura, universidades, museos, o también la que se puede montar temporalmente en espacios públicos como: plazas, kioscos, explanadas, parques y foros al aire libre, resulta esencial recurrir a estos espacios para reactivarlos y aún más importante empezar a entenderlos como lugares para el consumo, la cultura, el entretenimiento y el deporte que permiten la interacción y la inclusión social.

/A NE XOS/

GRÁFICOS

- F.01** Proyecto Cine a la Intemperie, proyección en una comunidad originaria Tarahumara, México.
- F.02** Sala de proyección de la Cineteca Nacional Siglo XXI, Archdaily.
- F.03** Fotografía por Karla Jacobo en el FICM en su 16° edición.
- F.04** Unsplash - PoloX Hernandez.
- F.05** Unsplash - Davide Ragusa.
- F.06** Cartel de la película "Le Voyage dans la Lune" dirigida por Georges Méliès.
- F.07** Pop-In, Pop-Out, Pop-Up, Cine callejero plegable para Venecia, Archdaily.
- F.08** Fotografía de los hermanos Lumiere, National Geographic España.
- F.09** Cartel del Cinematógrafo Lumiere por el litógrafo Henri Brispot, National Geographic España.
- F.10** Cine Olimpia, en la calle 16 de septiembre, alrededor de 1926.
- F.11** Cine Balmori, ubicado en la colonia Roma en 1944. Imagen: Juan Guzmán.
- F.12** Cine Isabel, Santa María la Redonda 80, Ciudad de México.
- F.13** Fotografía por Juan Plasencia en Cine Jayán, Xàbia (Alicante), una niña compra una entrada.
- F.14** Unsplash - Mafer Benites.
- F.15** Proyecto Cine a la Intemperie, proyección en una comunidad cerca del estado de México.
- F.16** Fachada principal The Cineroleum, Assemble.
- F.17** Estructura interior The Cineroleum, Assemble.
- F.18** Sala de exposición gráfica de Work! para Blockbuster, Archdaily.
- F.19** Módulo inflable de Work! para Blockbuster, Archdaily.
- F.20** Estructura interior de Kineforum Misbar, Csutoras & Liando.
- F.21** Cortina en fachada de Kineforum Misbar, Csutoras & Liando.
- F.22** Anfiteatro al exterior de BAITAcinema.
- F.23** Estructura de madera de BAITAcinema.
- F.24** Estructura modular del Cine callejero ajustable.
- F.25** Módulo de Cine callejero ajustable a las orillas de un canal de Venecia.

- F.26** Proyección en la ciudad de México por parte de Cine móvil ToTo.
- F.27** Niños de una comunidad argentina en el tour de Cine a la Intemperie.
- F.28** Proyección en una playa de Puerto Escondido por parte de Ambulante
- F.29** Puesta en sitio del proyecto ElCineVino en una comunidad chilena.
- F.30** Proyección en el centro histórico de la Ciudad de México por Ecocinema.

MAPAS

MAPA.1 Porcentaje de la población en situación de pobreza.

Datos: INEGI, 2015 Elaboró: Paulina Martínez

MAPA.2 Selección de sitios para comenzar a gestar la oferta de la Sala de Cine Itinerante.

Elaboró: Paulina Martínez

BIBLIOGRÁFICOS

- | **ASSEMBLE (2010).** The Cineroleum. noviembre 6, de ASSEMBLE Sitio web: <https://assemblestudio.co.uk/projects/the-cineroleum>
- | **CONEVAL (2018).** *Informe de pobreza y evaluación: Michoacán*, XI, 122. 14 septiembre de 2019, De CONEVAL Base de datos.
- | **De los Reyes, A. (1984).** *Los orígenes del cine en México*. FCS, SEP, México pp. 183 - 184.
- | **Dirección General de Estadísticas Demográficas y Sociales (2002).** *Estadística de cine. noviembre 20, de INEGI Sitio web: http://internet.contenidos.inegi.org.mx/contenidos/productos/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/historicos/2104/702825460600/702825460600_2.pdf*
- | **FICM. (2018).** *Michoacán en el cine*, 16 de noviembre de 2018, Sitio web: <https://moreliafilmfest.com/se-presentara-la-muestra-michoacan-en-el-cine-en-la-cineteca-nacional-y-el-cinematografo-del-chopo/>
- | **Franco, R. (2010).** *Hacia una arquitectura móvil*, Bogotá: Universidad de Bog
- | **Forde, T. (2017).** Pop-In, Pop-Out, Pop-Up: Un cine callejero plegable para Venecia. marzo 6, de ArchDaily México, Sitio web: <https://www.archdaily.mx/mx/880533/pop-in-pop-out-pop-up-un-cine-callejero-plegable-para-veneciaa>.
- | **Gubern, R. (2014).** *Historia del Cine*, Barcelona: Anagrama.
- | **Hites, M. (2017).** BAITAcinema. marzo 15, de ArchDaily México, Sitio web: <https://www.archdaily.mx/mx/803904/baitacinema-bao-architects>

| **IMCINE (2017).** *Anuario Estadístico de Cine Mexicano 2017 Statistical Yearbook of Mexican Cinema*. IX, p. 07. De Instituto Mexicano de Cinematografía Base de datos.

| **Mantecón, A. (1995).** *Una mirada antropológica al público de cine*. *El cotidiano*, 68, 7.

| **Mantecón, A. (2012).** *Públicos de cine en México*. *Alteridades*, 22, 34. diciembre 2018, De Scielo Base de datos.

| **Mantecón, A. (2017).** *Ir al cine, antropología de los públicos, la ciudad y las pantallas*. Ciudad de México, Gedisa, pp.

| **Moreno, G. & Cifuentes, L. (2012).** *Red de Cines Itinerantes Latinoamericanos (red CIAL)*, Cines latinoamericanos. p. 122 - 135.

| **Multiaceros. (2015).** *Las ventajas del acero como material estructural*. 20 septiembre 2019, Sitio web: <http://multiaceros.cl/ventajas-acero-estructural/>

| **Rodríguez, A. (2012).** *Manual de operación para una cabina cinematográfica de proyección y sonido*, 3 de abril de 2019, de Universidad Autónoma Metropolitana, Sitio web: https://e-archivo.uc3m.es/bitstream/handle/10016/17313/PFC_ANTONIO_RODRIGUEZ_MORALEDA.pdf

| **UNESCO (2009).** *Marco de Estadísticas Culturales de la UNESCO 2009*. p. 87. De Instituto de Estadística de la UNESCO Base de datos.

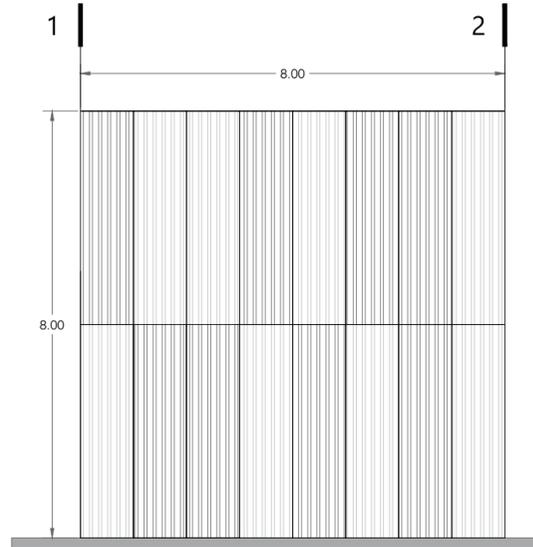
| **UNESCO (2000).** *Encuesta sobre los sectores cinematográficos nacionales*. p. De Instituto de Estadística de la UNESCO Base de datos.

| **Vergara, E. (2014).** Kineforum. marzo 18, de ArchDaily México, Sitio web: <https://www.archdaily.mx/mx/02-328599/kineforum-csutoras-and-liando>

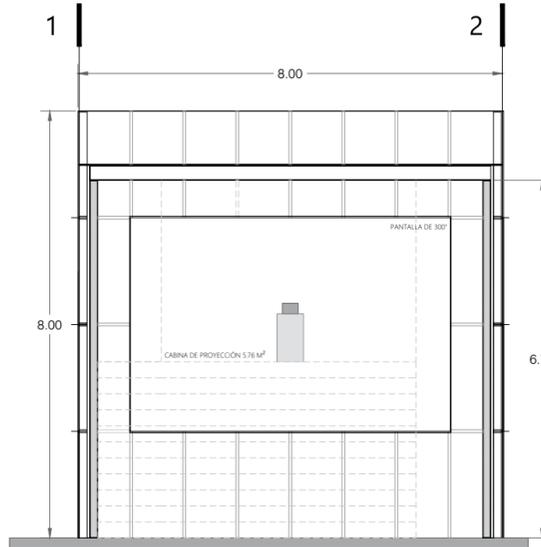
| **Work! (2011).** Blockbuster: Cine itinerante para exhibiciones. octubre 20, de ArchDaily México, Sitio web: <https://www.archdaily.mx/mx/02-122078/blockbuster-cine-itinerante-para-exhibiciones-samael-barrios>



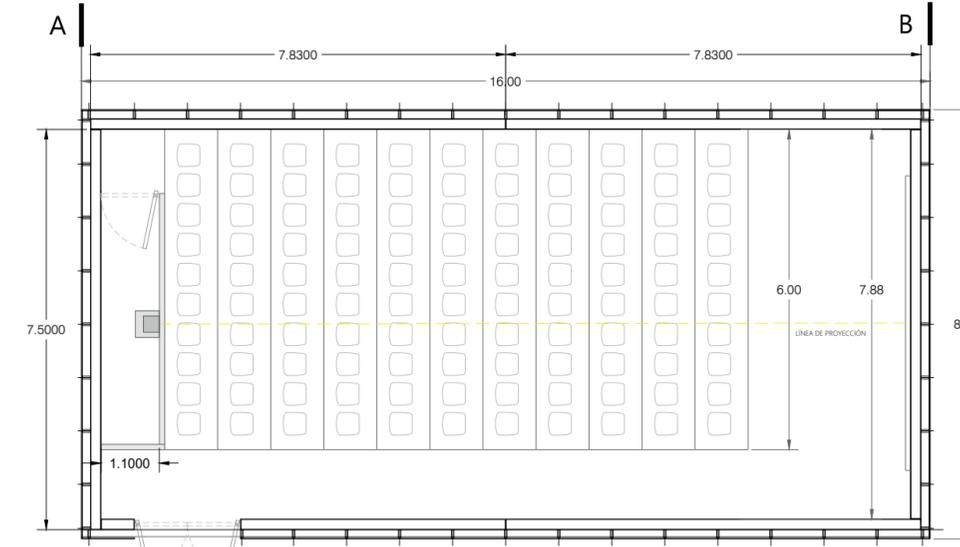
EL PROYECTO.



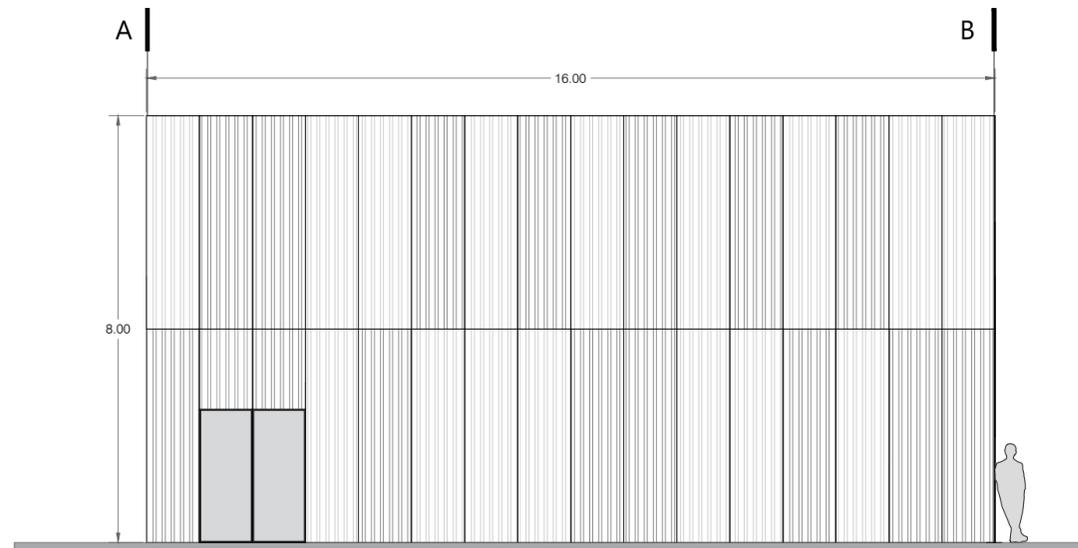
FACHADA POSTERIOR



CORTE TRANSVERSAL



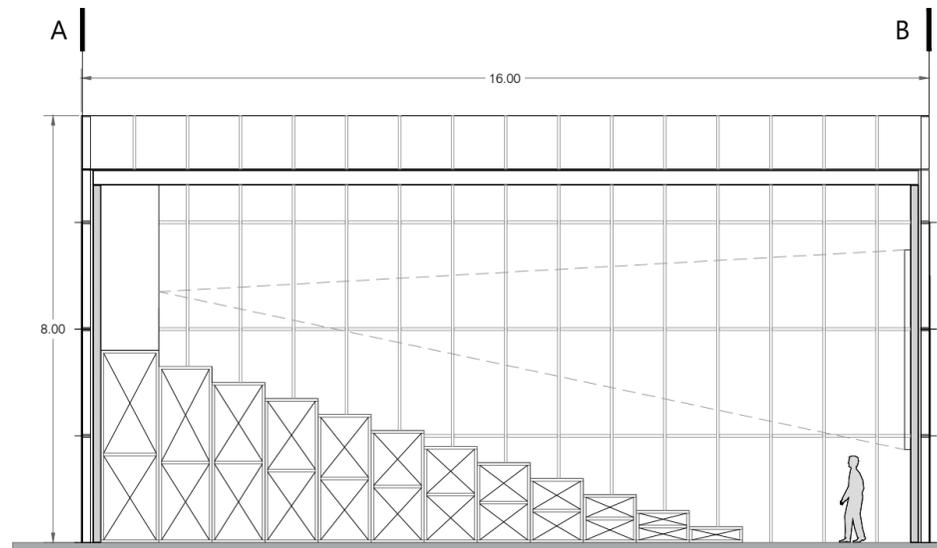
PLANTA ARQUITECTÓNICA



FACHADA PRINCIPAL

CAPACIDAD MÁXIMA:

EL MÓDULO PROPUESTO CUENTA CON UNA CAPACIDAD MÁXIMA DE 110 ESPECTADORES. ESTA CIFRA VARIA EN FUNCIÓN DEL MÓDULO QUE SE PROPONGA.

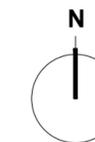


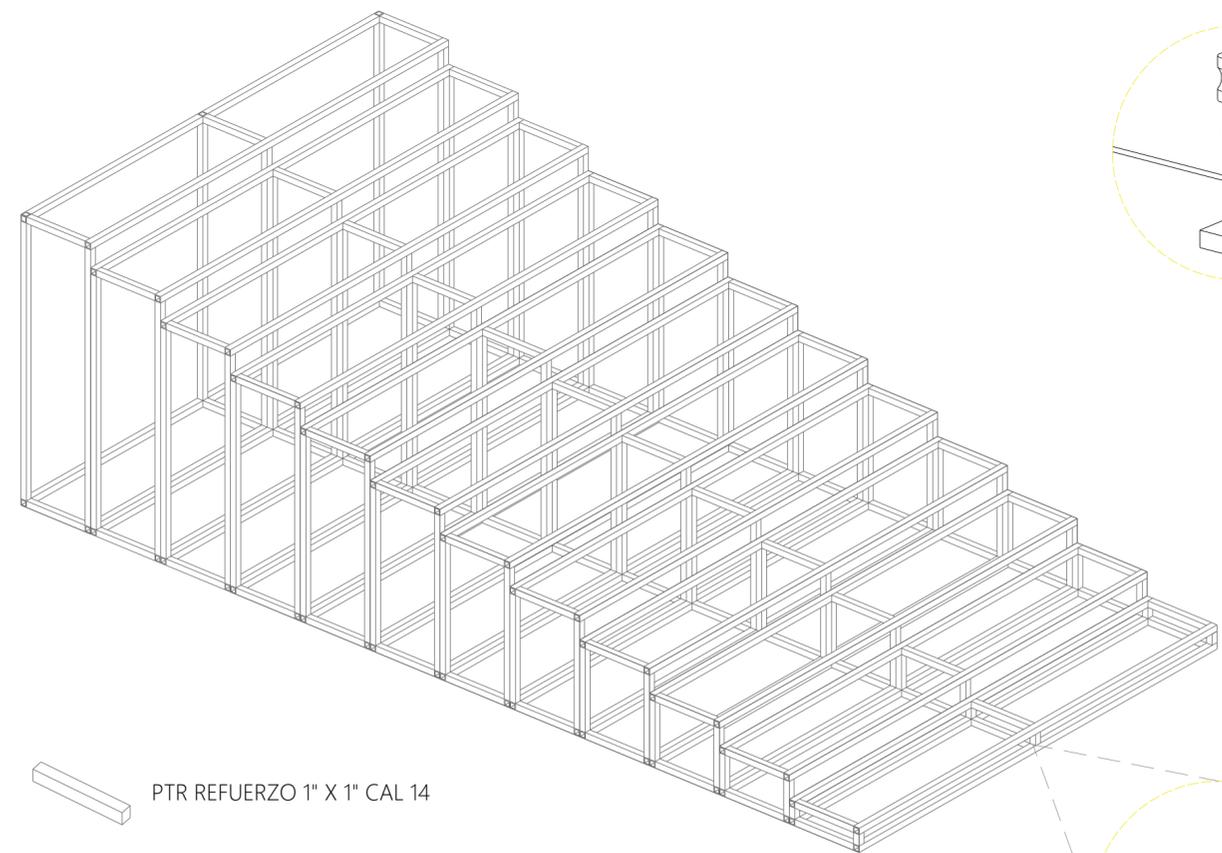
CORTE LONGITUDINAL

ESCALA 1:50

PLANOS ARQUITECTÓNICOS
CABINA Y SALA DE PROYECCIÓN

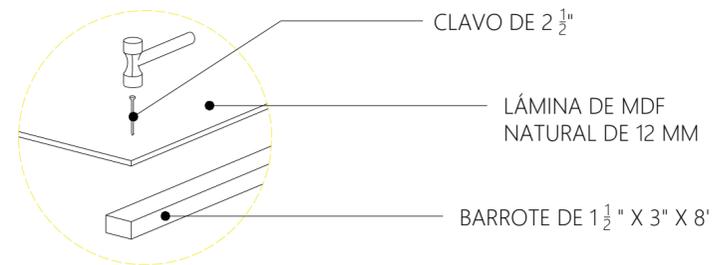
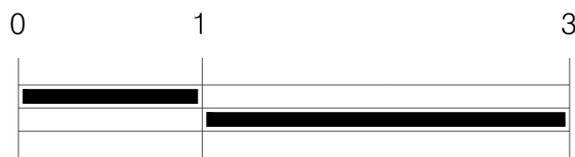
SALA DE CINE ITINERANTE



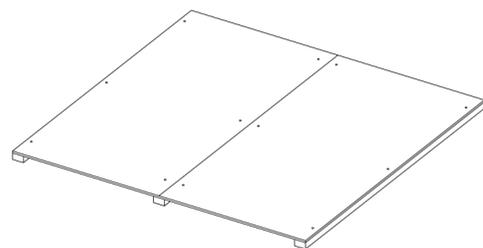


PTR REFUERZO 1" X 1" CAL 14

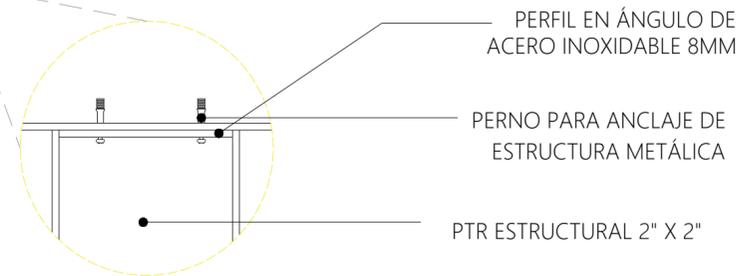
ISOMÉTRICO DE GRADERÍA



DETALLE BASTIDOR Y FIRME



ISOMÉTRICO



PERFIL EN ÁNGULO DE ACERO INOXIDABLE 8MM

PERNO PARA ANCLAJE DE ESTRUCTURA METÁLICA

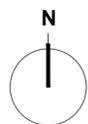
PTR ESTRUCTURAL 2" X 2"

ESCALA 1:25

PLANO ESTRUCTURAL

GRADERÍA

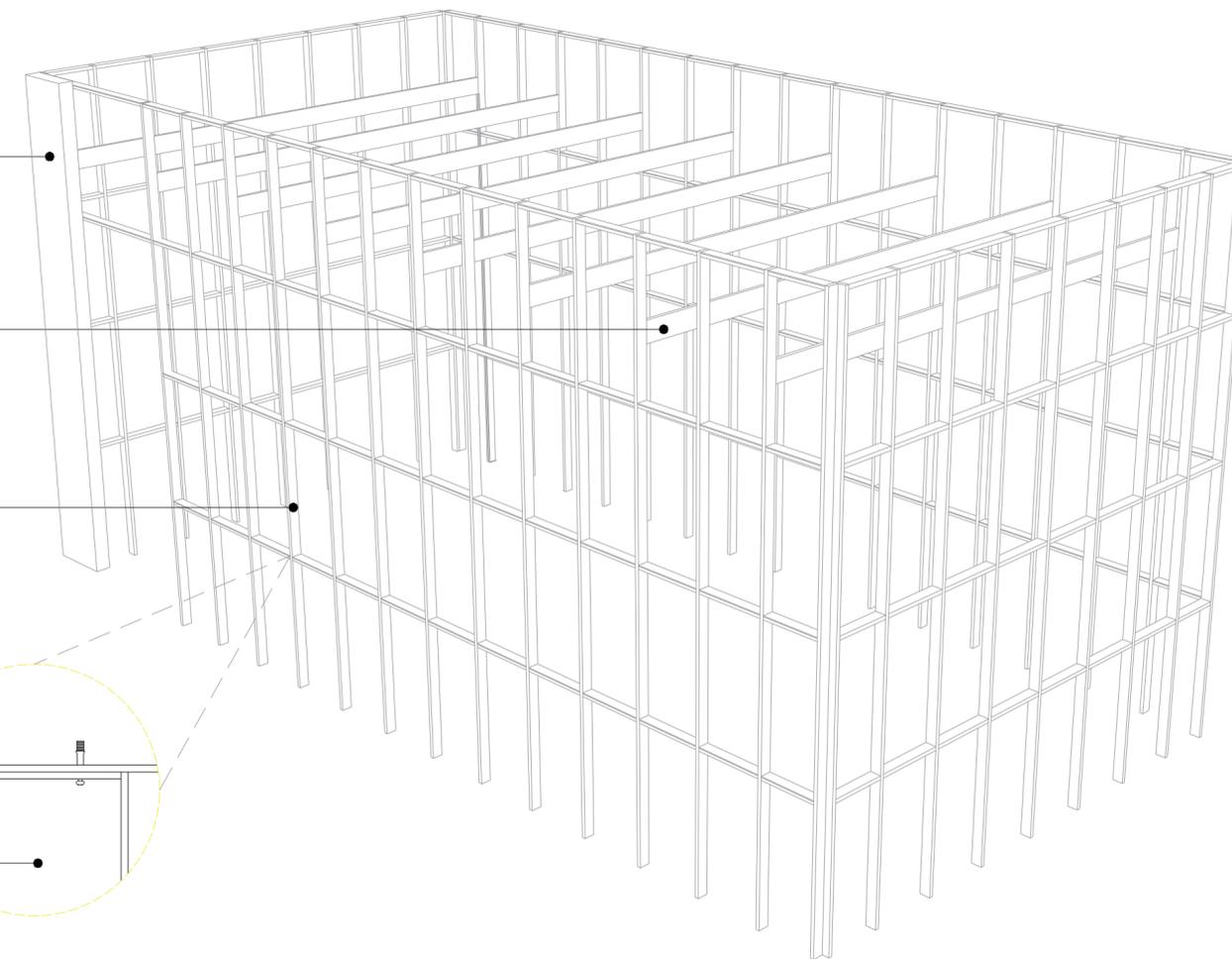
SALA DE CINE ITINERANTE



ESTRUCTURA METÁLICA

SECUROCK® GLASS-MAT SHEATHING PANELS

Tablero de yeso para exteriores cubierto por ambas caras con una capa de fibra de vidrio, resistente a la intemperie, al agua y al moho.



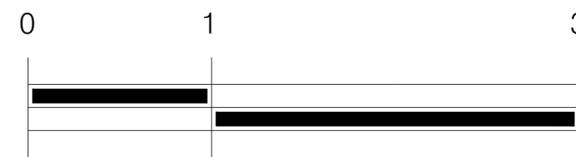
PTR REFUERZO 1" X 1" CAL 14

PTR ESTRUCTURAL 2" X 2" CAL 14

PERFIL EN ÁNGULO DE ACERO INOXIDABLE 8MM

PERNO PARA ANCLAJE DE ESTRUCTURA METÁLICA

PTR ESTRUCTURAL 2" X 2"



ESCALA 1:25

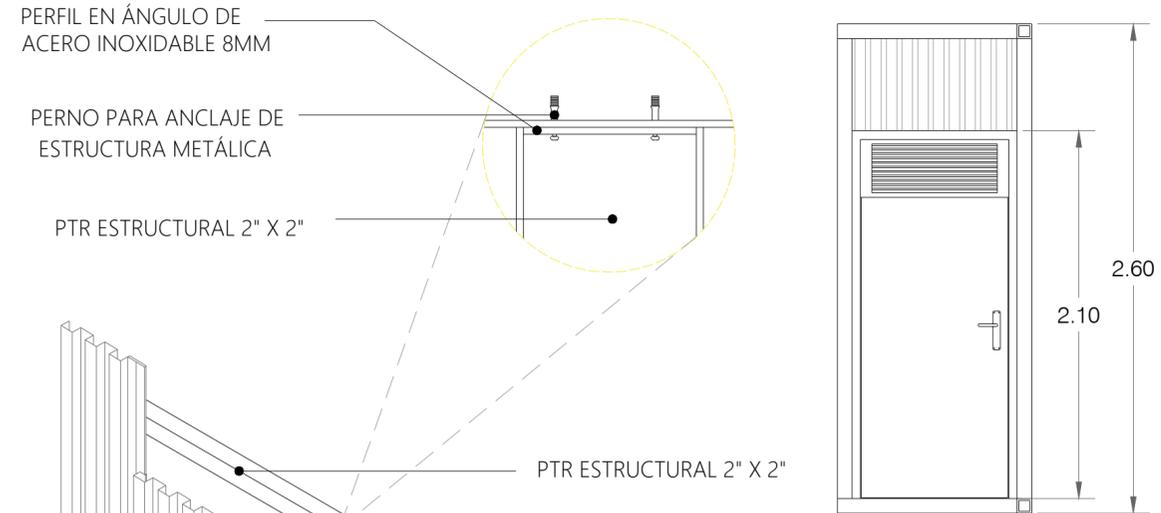
PLANO ESTRUCTURAL

ESTRUCTURA SALA DE PROYECCIÓN

SALA DE CINE ITINERANTE

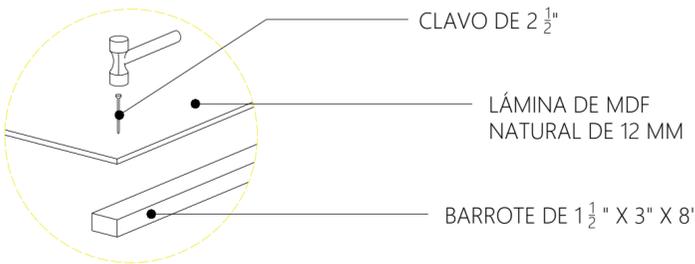
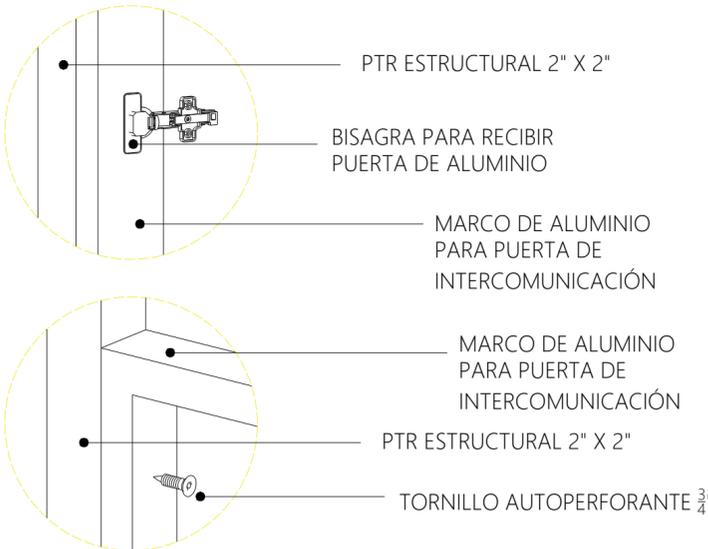


| DETALLE ANCLAJE CON PERNOS

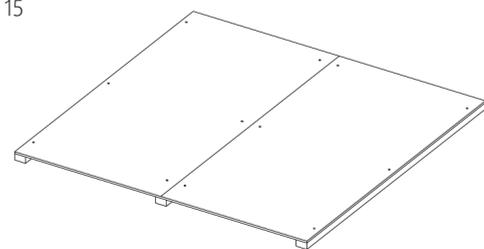


ALZADO

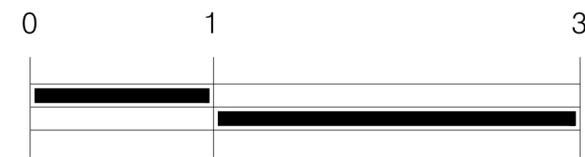
| DETALLES ANCLAJES DE PUERTA



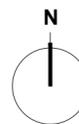
| DETALLE BASTIDOR Y FIRME



ISOMÉTRICO

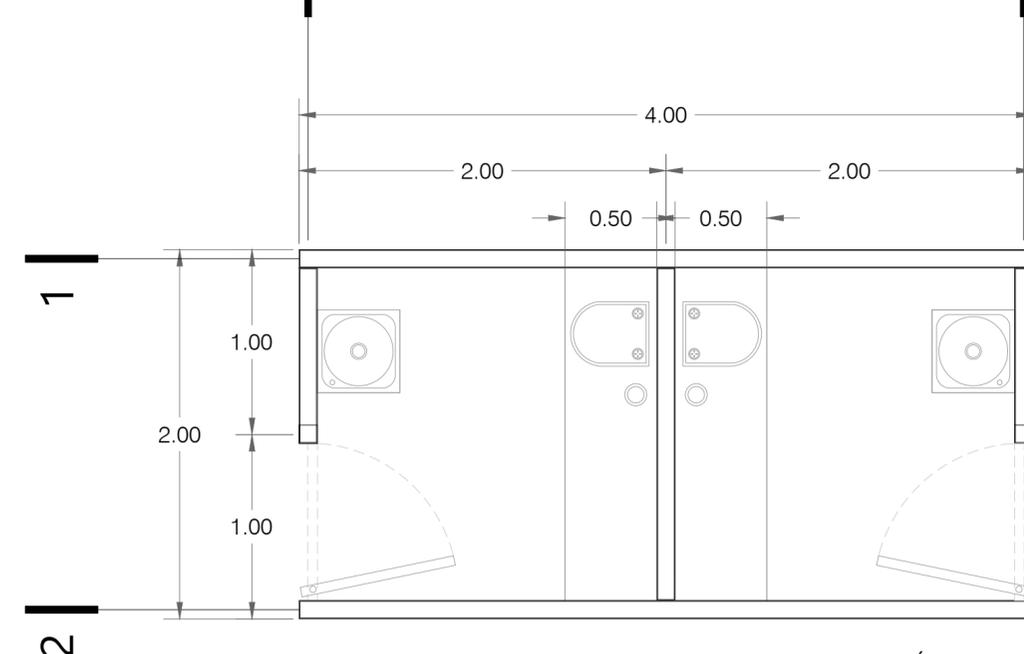


ESCALA 1:25
DETALLES CONSTRUCTIVOS
PROGRAMA GENERAL

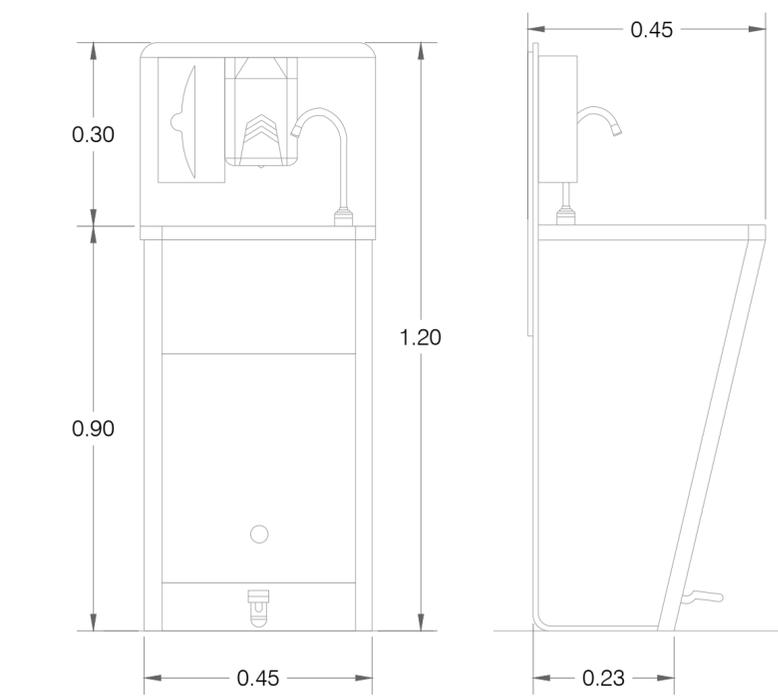
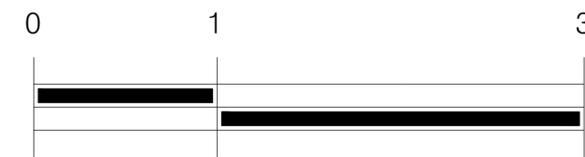
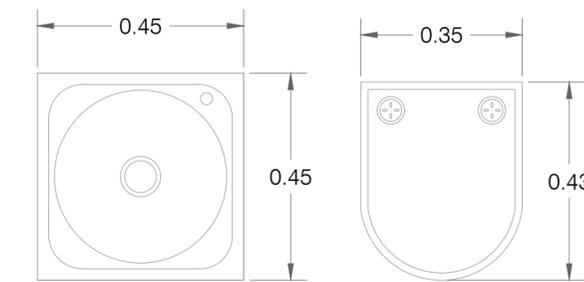


SALA DE CINE ITINERANTE

A B



PLANTA ARQUITECTÓNICA

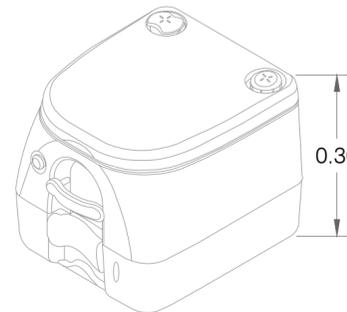


LAVAMANOS PORTÁTIL

DE ACERO INOXIDABLE CON DEPÓSITOS INTERIORES DE 10 LITROS, PULSADOR HIDRÁULICO Y DOSIFICADOR DE JABÓN.

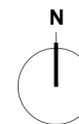
SANITARIO PORTÁTIL

MARCA CAMCO CON TANQUE DESMONTABLE DE 20 LITROS DE CAPACIDAD, VÁLVULA DESLIZANTE DE SELLADO PARA BLOQUEAR OLORES Y PROTEGER CONTRA FUGAS. PESO 4.1 KG.

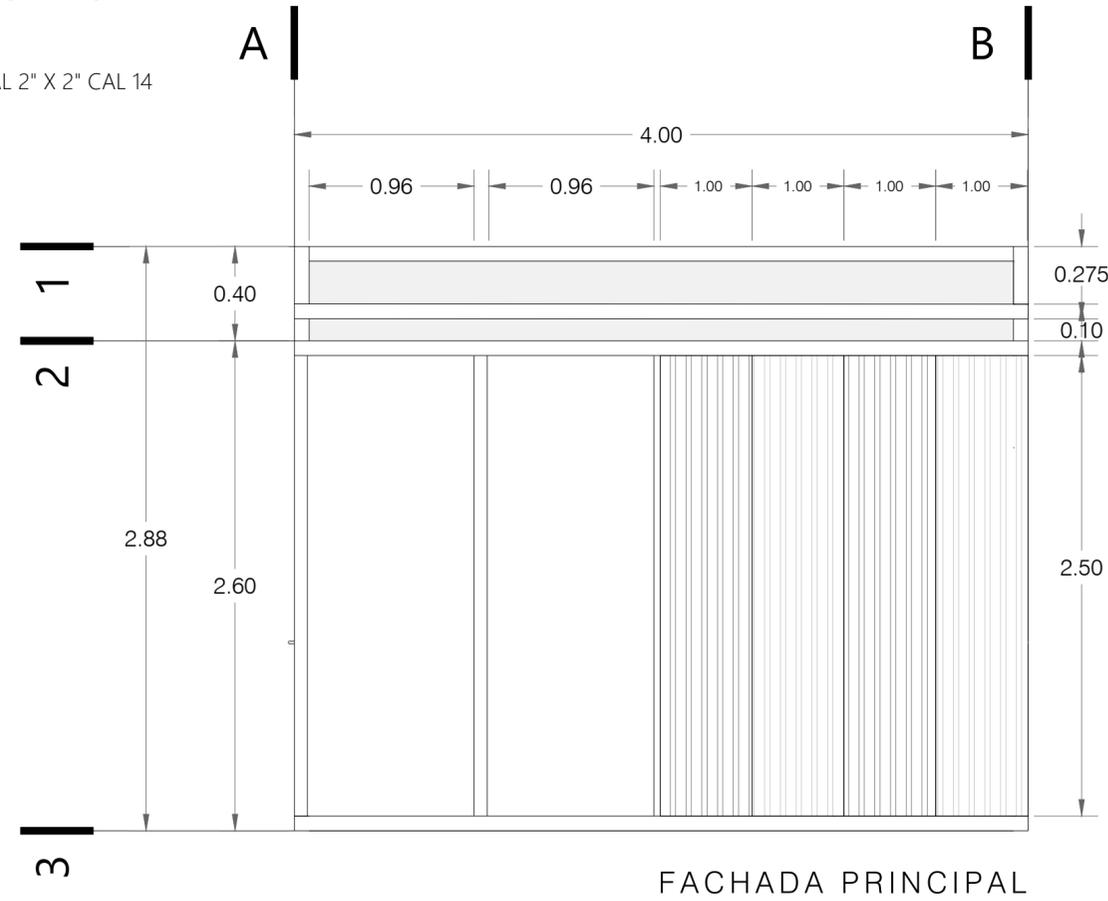
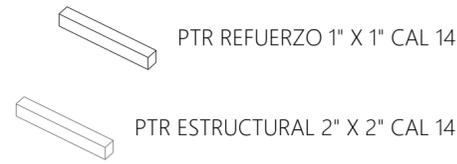
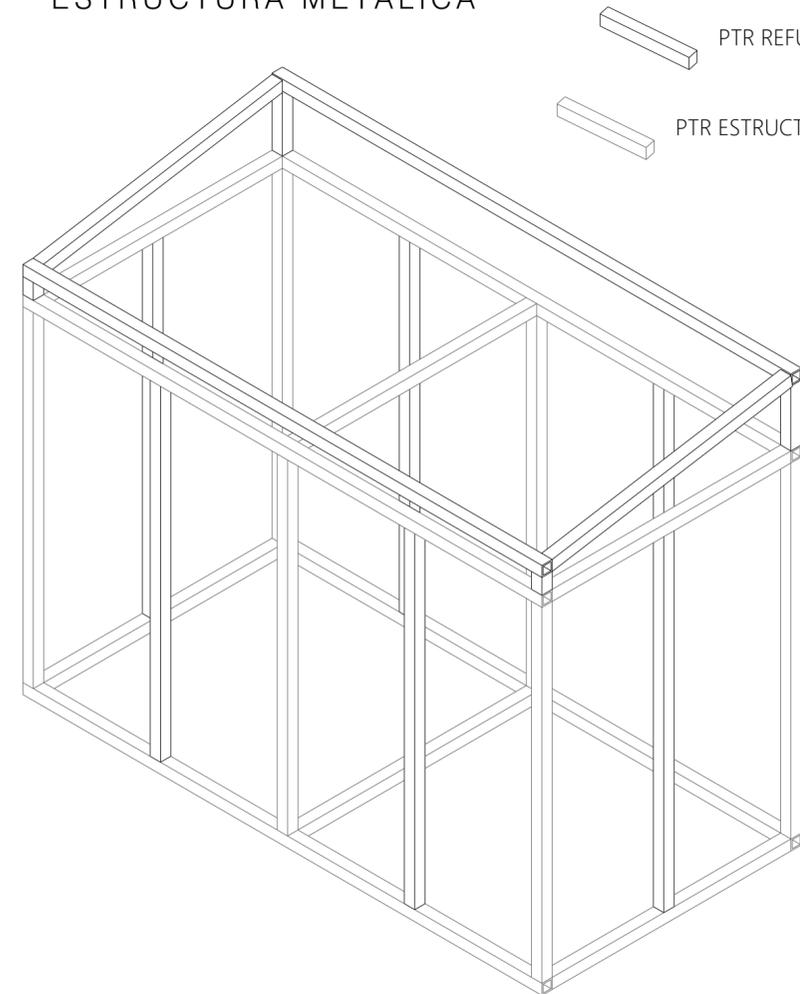


SALA DE CINE ITINERANTE

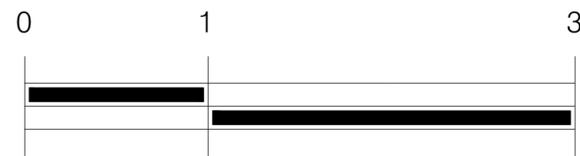
ESCALA 1:25
PLANO ARQUITECTÓNICO
SANITARIOS



ESTRUCTURA METÁLICA



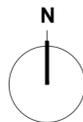
FACHADA PRINCIPAL



○ LÁMINA DE POLICARBONATO CELULAR DE 6 MM DE ESPESOR

▨ PANEL QUADROLINES 30 x15 MARCA HUNTER DOUGLAS

ESCALA 1:25
PLANO ESTRUCTURAL
SANITARIOS



SALA DE CINE ITINERANTE





/COS TOS/

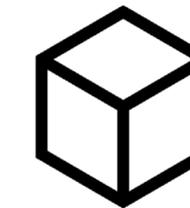
El presupuesto aproximado del proyecto se calculó en base a un módulo de proyección de 128 m² y un módulo de sanitarios de 8 m². El módulo de sanitarios podrá considerarse o no dentro de la puesta en sitio, todo dependerá del contexto en donde se inserte; Cabe destacar que la modulación propuesta es solo para fines de estudio, ya que la premisa es que se adapten al lugar en donde se vaya a gestionar la oferta, por lo cual estas son variables al igual que sus posibles configuraciones:

Sala de proyección + Gradería + Módulo de sanitarios

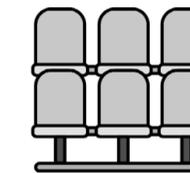
Sala de proyección + Módulo de sanitarios

Sala de proyección + Gradería

Sala de proyección



+



+



\$479,455

\$13,587

\$92,863

El desglose de conceptos que se muestra a continuación corresponde a todos los materiales y accesorios que el proyecto requiere. Los precios corresponden al cambio de la fecha de consulta, y están expresados en moneda nacional. El monto total corresponde a un módulo de sanitarios, la sala de proyección y el transporte de ambos. Fecha de consulta: 25 de Mayo de 2019

PRESUPUESTO				
CONCEPTO	UNIDAD	CANTIDAD	P.U	TOTAL
MÓDULO DE SANITARIOS				
Inodoro portátil marca Camco premium con tanque de retención desmontable de 5.3 galones y tanque de descarga de 3.7 galones.	PZA	2	\$2,890	\$5,780
Lavamanos portátil de acero inoxidable con depósitos interiores de 10 lt, pulsador hidráulico y dosificador de jabón.	PZA	2	\$9,035	\$18,070
Puerta de aluminio con respiradero en la parte superior. (0.88 m x 2.00 m)	PZA	2	\$2,250	\$4,500
Marco de acero de 6 cm, para recibir puerta de aluminio. (1.00 m x 2.00 m)	PZA	2	\$445	\$890
PTR estructural 2" x 2" calibre 14	ML	166	\$17.33	\$2,877
PTR de refuerzo de 1" X 1" calibre 14	ML	45	\$17.33	\$779.85
Rollo de lámina de policarbonato celular de 6 mm de espesor, color cristal. (2.10 m x 11 m)	PZA	1	\$190	\$190
Panel Quadrolines 30 x 15 marca Hunter Douglas, en color Antracita 6926, para revestimiento de estructura exterior y cubierta.	M2	39.2	\$1,066	\$41,793
Panel Quadrolines 15 x 10 marca Hunter Douglas, en color Antracita 6926, para revestimiento de muro interior.	M2	9.5	\$1,066	\$10,128.52
Perno para anclaje de estructura metálica, modelo Hilti KB31. (1/2X5 1/2)	PTE	4	\$1,260.00	\$5,040.00
Tornillo autoperforante 3/4" de acero inoxidable con cabeza hexagonal para marco metálico en puerta de intercomunicación.	PTE	1	\$266.80	\$266.80
Bisagra bidimensional 110°, acabado niquelado, para puerta de intercomunicación.	PZA	4	\$20.90	\$83.60
Clavos con cabeza para madera de 2 1/2" (63.5 mm) para bastidor en área de sanitarios.	KG	1	\$35.50	\$35.50

Barrote pequeño para bastidor en área de sanitarios. (1½" X 3" x 8')	PZA	6	\$58	\$348
Lámina de MDF natural de 12 mm para sobre firme en área de sanitarios. (1.22 m x 2.44 m)	PZA	4	\$268	\$1,072
Lámina de triplay BC de 9 mm, para banco. (0.61 m x 1.22 m)	PZA	6	\$168	\$1,008
SUBTOTAL				\$92,863
CONCEPTO	P.U	CANTIDAD	P.U	TOTAL
SALA DE PROYECCIÓN				
Pantalla de proyección de 300" (16:9) de tela de lona, con soporte delantero, marca Kolife.	PZA	1	\$6,849	\$6,849
Puerta de aluminio con respiradero en la parte superior. (0.88 m x 2.00 m)	PZA	1	\$2,250	\$2,250
Marco de acero de 6 cm, para recibir puerta de aluminio. (1.00 m x 2.00 m)	PZA	1	\$445	\$445
Puerta de aluminio con respiradero en la parte superior. (0.94 m x 2.30 m)	PZA	2	\$2,348	\$4,696
Marco de acero de 6 cm, para recibir puerta de aluminio. (2.00 m x 2.30 m)	PZA	1	\$720	\$720
PTR estructural 2" x 2" calibre 14	ML	498	\$17.33	\$8,630
PTR de refuerzo de 1" X 1" calibre 14 para gradería.	ML	135	\$17.33	\$2,339.55
Panel Quadrolines 30 x 15 marca Hunter Douglas, en color Antracita 6926, para revestimiento de estructura exterior y cubierta.	M2	380	\$1,066	\$405,141
Panel de yeso marca tablaroca ultralight de 1/2" (1..22 m x 2.44 m)	PZA	7	\$268	\$1,876
Perno para anclaje de estructura metálica, modelo Hilti KB31. (1/2X5 1/2)	PTE	12	\$1,260.00	\$15,120.00

Bisagra bidimensional 110°, acabado niquelado, para puerta de intercomunicación.	PZA	6	\$20.90	\$125.40
Clavos con cabeza para madera de 2 1/2" (63.5 mm) para bastidor.	KG	3	\$35.50	\$106.50
Barrote pequeño para bastidor. (1½" X 3" x 8')	PZA	18	\$58	\$1,044
Lámina de MDF natural de 12 mm para sobre firme . (1.22 m x 2.44 m)	PZA	12	\$268	\$3,216
Lámina de triplay BC de 9 mm, para revestimiento de estructura en gradass. (0.61 m x 1.22 m)	PZA	36	\$168	\$6,048
Securock glass -mat sheathing panels de 1/2" (1.22 m x 2.44 m)	PZA	46	\$386	\$17,756
Proyector NEC NP-VE303X - 3000 Lúmenes - XGA - VGA - HDMI - RCA - Bocina 2W - Blanco	PZA	1	\$7,979	\$7,979
Sistema de sonido envolvente Onkyo SKS-HT540 7.1	PZA	1	\$8,700	\$8,700
SUBTOTAL				\$493,042
CONCEPTO	P.U	CANTIDAD	P.U	TOTAL
TRANSPORTE				
Plataforma encortinada tipo plana 40 ft, con toldo de aluminio. (2.60 m x 12.19 m x 4.25 m)	PZA	1	\$330,000	\$330,000
Tractocamión Kenworth modelo T660	PZA	1	\$970,000	\$970,000
SUBTOTAL				\$1,300,000
TOTAL				\$1,885,904

NOTA: Este presupuesto no incluye costos de mano de obra y traslados. El costo indirecto comprende la logística y gestión del proyecto y su construcción se basa en el número de personas que participen (considerando siempre un mínimo de 3) así como la ruta que se determine para llevarlo a cabo.