

El cine mexicano en busca de su público: la reorganización de un patrimonio cultural en tiempos de tratados y acuerdos internacionales

por Lucila Hinojosa Córdoba*

Resumen: El propósito de este trabajo es presentar un análisis de la reorganización que ha tenido la industria cinematográfica mexicana a partir de los efectos de las políticas económicas neoliberales, cambios regulatorios del sector y privatizaciones que se han venido implementando en las dos últimas décadas a raíz de la entrada en vigor del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN o NAFTA) en 1994. Se trata de un estudio descriptivo con enfoque local, se utilizan como método la investigación documental, el análisis de contenido y la entrevista. Los resultados muestran que la producción de películas pasó de una década de crisis a otra de crecimiento promisorio, pero su exhibición en los cines comerciales se ha visto afectada de manera negativa por una legislación no favorable; por otra parte, y a pesar de la escasa exhibición de películas mexicanas en las salas de cine, se ha incrementado el público que asiste a verlas.

Palabras clave: cine mexicano, producción, exhibición, consumo.

Abstract: This article analyzes the reorganization of the Mexican film industry due to the impact of neoliberal economic policies, regulatory changes, and privatization resulting from the implementation of the 1994 Free Trade Agreement of North America (NAFTA). Our study involves a local approach, methods of documentary investigation, content analysis, and interviews. We show that film production shows promising growth even though it emerged from a decade of crisis. While screening in commercial cinemas has been negatively impacted by unfavorable legislation, the audience has increased despite the meager exhibition of Mexican films.

Key words: Mexican cinema, film production, film exhibition, film consumption.

Fecha de recepción: 24/05/2015

Fecha de aceptación: 07/08/2015

Introducción

En las dos décadas posteriores a la entrada en vigor, en 1994, del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) firmado entre México, Estados Unidos y Canadá, el cine mexicano ha pasado de una profunda crisis a una lenta recuperación, debido en parte a las desigualdades que se observan en los flujos de intercambio comercial internacionales entre los países firmantes en el rubro de los productos audiovisuales, en específico el de películas cinematográficas. Un control oligopólico de las empresas transnacionales distribuidoras de películas, una legislación inequitativa para el sector, aun y cuando en los últimos años se han implementado algunos estímulos fiscales en apoyo a la producción, y una ausencia de políticas culturales de promoción y fomento para el desarrollo de esta industria, propiciaron que la década de 1990 fuera la de mayor abatimiento de la producción fílmica desde que se adoptaron las políticas económicas neoliberales, como la apertura de los mercados, privatizaciones y cambios regulatorios que han afectado negativamente a la industria cinematográfica.

Esta misma situación se presentó en varios países de América Latina, como en su momento lo señaló Octavio Getino:

Con la implementación del modelo económico neoliberal en la mayor parte de la región, la producción fílmica se derrumbó en las principales industrias latinoamericanas entre finales de los 80 y mediados de los 90. Las medidas restrictivas aplicadas en México, Brasil y, en menor medida en Argentina, redujeron la producción conjunta de estos tres países de alrededor de 200 títulos en 1985 (México y Brasil producían entre 80 y 90 largometrajes por año), a menos de 50 en 1995. Las políticas de Salinas de Gortari en México y de Collor de Melo en Brasil habrían contribuido directamente a ese desastre (Getino, 2007: 172).

En contraparte a la postura estatal, investigadores como el economista Ernesto Piedras (2006) y el antropólogo Néstor García Canclini (2006) han señalado el

desempeño de las industrias culturales y creativas como un sector de actividad económica con personalidad propia y de gran importancia por su participación en el producto interno bruto; su alta productividad brinda al país ventajas competitivas en la interacción comercial con el resto del mundo. Por su contribución al crecimiento, las industrias de este sector superan ya a las de construcción, textil y automotriz.

Contra lo que piensa la mayor parte de los economistas y los administradores de empresas, cifras de ambos investigadores señalan que el arte y la cultura representan alrededor de 7.3 por ciento del PIB: “las industrias culturales agregan valor económico y social a naciones e individuos”, asegura Piedras, para quien resultan indispensables tanto la promoción y el mantenimiento de la diversidad cultural, como el aseguramiento del acceso democrático a la cultura:

Las industrias culturales tienen esta doble naturaleza cultural-económica, y participan en la economía en términos de la creación y de la contribución del empleo al PIB. En el aspecto cuantitativo es una industria muy importante: después de la maquiladora y petrolera, la cultural es la tercera más importante del país si tomamos en cuenta que la turística suma en su participación un porcentaje significativo de lo que aportan los activos culturales (Piedras citado por Alejo, 2012).

Ya desde el informe *Creative Economy 2008* de la Organización de Naciones Unidas, México fue citado como uno de los 20 principales exportadores en el mercado global de productos creativos, alcanzando inclusive el sexto lugar entre los países en desarrollo. De hecho, México es el único país latinoamericano entre los primeros 20 a nivel mundial.

A partir de las estimaciones de Ernesto Piedras, quien ha asesorado en el tema al Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, actualmente las industrias creativas representan el 7.6 por ciento de las importaciones totales y el 12.7 por ciento de las exportaciones, lo que refleja un superávit para un país de

balanza comercial deficitaria, en general. En la generación de empleos, las industrias creativas reflejan una tendencia creciente que representa el 3.66 por ciento, lo que significa alrededor de un millón 600 mil empleos, “un sector con una productividad equivalente al doble de la del promedio nacional, con alto potencial para la generación de empleos” (Piedras citado por Alejo, 2012).

Por otra parte, los negocios dedicados a la producción cinematográfica podrían ser una opción conveniente produciendo bienes consumibles en México, pero sobre todo para un mercado grande y atractivo que les generaría atractivos ingresos, como el de los Estados Unidos, considerando el crecimiento demográfico exponencial de la población de origen y habla hispanos.

Según Lozano, Barragán y Guerra (2009: 208-209), “los negocios de producción cinematográfica impulsaron, en el pasado, el crecimiento y desarrollo financiero y económico además de llevar la cultura mexicana a lo largo y ancho del planeta”. Además, lograron beneficiar a otras empresas, como las dedicadas a la minería mediante la producción de compuestos de plata (nitrato de plata, bromuro de plata, cloruro de plata y yoduro de plata) utilizados en la elaboración de rollos cinematográficos, debido a su sensibilidad a la luz y aportado a los negocios dedicados al turismo gracias a los paisajes mexicanos que se mostraban en las películas.

El TLCAN arrancó sin que México estableciera las condiciones internas para una participación competitiva, al menos en el sector cinematográfico. Pasados los primeros años *post* TLCAN, los empresarios ya no vieron rentable su inversión en las productoras y las empezaron a cerrar. En 1997, ante la profunda crisis de la industria (ese año sólo se produjeron nueve películas), el gobierno federal implementó dos estímulos para la producción: el Fondo para la Producción Cinematográfica de Calidad (FOPROCINE) y el Fondo de Inversión y Estímulos al Cine (FIDECINE), que, aún cuando la comunidad cinematográfica se dividió con algunos a favor y otros en contra, desde entonces han funcionado apoyando a la producción.

Otro proyecto que prometía mejorar esta situación fue para obtener recursos adicionales de apoyo a la producción cinematográfica de calidad con las reformas y adiciones al Artículo 19-C, fracciones I y IV, de la Ley Federal de Derecho, realizadas a finales de 2002, ésta última concerniente al pago de un peso por cada boleto vendido en las salas cinematográficas del país, al que se le denominó “peso en taquilla” y que sería destinado al IMCINE para apoyar a la producción cinematográfica. Esta medida tuvo como antecedente la aplicación exitosa en otros países que financian la producción cinematográfica con recursos provenientes de la exhibición de cine, como en Argentina y Francia; sin embargo, la medida no fue aceptada por las grandes distribuidoras transnacionales, quienes se ampararon contra esta medida. El resultado fue que se revocó la fracción IV en el 2004 y quedó sin efecto.

Desde 2006, el gobierno federal, a través de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, ha buscado estimular el crecimiento de este tipo de negocios mediante la creación de beneficios fiscales, como el que otorga el artículo 226 (artículo 189 a partir de 2014) de la Ley del Impuesto Sobre la Renta (LISR), permitiéndoles a los contribuyentes destinar hasta el 10% del Impuesto Sobre la Renta (ISR) causado en el ejercicio anterior o máximo 20 millones de pesos a la producción cinematográfica en el país, lo que permite financiar hasta con 500 millones de pesos anuales los proyectos cinematográficos aprobados.

Lo anterior ha permitido obtener financiamiento a más de 400 proyectos de producción, y ahora también de distribución a partir del estímulo 189, pero el producto final no estaba siendo del todo aceptado por el consumidor debido al poco atractivo y la baja calidad técnica de los films, así como a la falta de interés de los productores de tomar en cuenta a los espectadores (mercado) con historias que quieran ver en pantalla.

Sin embargo, películas como *Nosotros los nobles* (Gary Alazraki, 2013), *No se aceptan devoluciones* (Eugenio Derbez, 2013) y *La dictadura perfecta* (Luis

Estrada, 2014) han demostrado ser un éxito en taquilla tanto a nivel nacional como internacional, aún con factores en contra como una legislación cinematográfica no favorable para la exhibición decretada por el Estado, porque han sabido desarrollar modelos de negocio viables para la producción de largometrajes con gran aceptación del público espectador. A partir de estos nuevos modelos de negocio, y de buscar temáticas más cercanas a la vida cotidiana de los espectadores, los cineastas y productores están trabajando más con voluntad e iniciativa propia que con grandes presupuestos en la realización de sus películas para recuperar a su público. Estas nuevas películas utilizan personajes semejantes a los de la vida real, temas familiares que reflejan a la sociedad mexicana en sus diferentes niveles socioeconómicos, donde la desigualdad social se resuelve de una manera ligera y amistosa, no crítica, sin violencia ni sexo que predominen, con un toque de humor, a veces sarcástico y de doble sentido, y otras con un mensaje positivo.



En cuanto a la exhibición, en México la legislación de cine, como la de otras industrias culturales, opera como política cultural. Por su importancia ideológica, los poderes públicos no se muestran neutrales a la hora de definir e implementar estas políticas. Cuando se firmó el TLCAN en 1992, a las dos semanas se aprobó, por decreto presidencial, una nueva Ley Federal de Cinematografía que venía a sustituir la vigente desde 1952 en la que se estipulaba que el 50% de las pantallas nacionales debían reservarse para exhibir películas mexicanas. Con la nueva Ley, a partir de 1993 se obligaba a las exhibidoras a reducir cada año el porcentaje de exhibición de películas mexicanas hasta quedar en un 10% en 1997, con una semana mínimo de exhibición, con lo cual se puso en crisis la inversión y producción cinematográficas. Si bien la cuota del 50% de pantalla para las películas mexicanas no se cumplía del todo, al menos funcionaba como una protección estatal para la producción y exhibición nacionales a la que se tenían que sujetar los exhibidores.

Las políticas culturales deben tener en cuenta las diversidades culturales y la realidad social del ámbito en el que nos encontremos. Cuando se modificó la Ley Federal de Cinematografía en 1992, no se tomaron en cuenta estas consideraciones, al contrario, se “entregaron” la producción y exhibición a las fuerzas del mercado, sin protección alguna para nuestro patrimonio cinematográfico.

A pesar de que esta Ley haya tenido varias adiciones en los años 1999, 2002, 2006 y 2010, ninguna ha tenido repercusiones significativas, al contrario, “legaliza” la preponderancia en pantalla de las películas extranjeras, por no decir estadounidenses, contraviniendo la promoción y el fomento, de manera sostenible y sustentable, de esta industria cultural tan importante para la construcción de la identidad y la cultura nacionales.

En este contexto, el propósito de este trabajo es presentar un análisis de la reorganización que ha tenido la industria cinematográfica mexicana a partir de

los efectos de las políticas económicas neoliberales, cambios regulatorios del sector y privatizaciones que se han venido implementando en las dos últimas décadas como parte de la entrada en vigor del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN o NAFTA) en 1994. A través de un estudio con enfoque local, se utilizan como método la investigación documental, el análisis de contenido, la encuesta y la entrevista. Los resultados muestran que la producción de películas mexicanas *post* TLCAN pasó de una década de crisis a otra de crecimiento promisorio, pero su exhibición en los cines comerciales se ha visto afectada de manera negativa por una legislación no favorable; por otra parte, y a pesar de la escasa exhibición de películas nacionales en las salas de cine, se ha incrementado el público que asiste a verlas.

El cine mexicano *post* TLCAN: la reorganización del patrimonio cinematográfico

La producción

Ernesto Piedras (2004: 119-126) señala que son muy escasas las estadísticas que se tienen en México sobre las industrias culturales en general y destaca que, de la industria audiovisual, la que con más información se cuenta es la del cine, ya que es la más importante de nuestro país; sin embargo, son pocos los estudios que se realizan a nivel regional o estatal y que analizan las consecuencias de anteponer las “leyes del mercado” por sobre las regulaciones estatales y su impacto en los sectores productivos de bienes y servicios, como es el caso del sector de las industrias culturales y, en particular, de la industria cinematográfica.

Si bien México ocupa el cuarto lugar en el mercado mundial en número de espectadores, el lugar 13 en recaudación en taquilla y el cuarto por la transferencia de regalías al extranjero por concepto de consumos de materiales audiovisuales provenientes de Estados Unidos, según datos del *Anuario Estadístico de Cine Mexicano 2013*, la producción fílmica nacional no es

equivalente proporcionalmente y la falta de equidad en la distribución de los ingresos no incentiva la inversión privada en esta industria, ya que, del ingreso en taquilla, el exhibidor se queda con el 50-60% menos impuestos, el distribuidor con el 30% correspondiente a la recuperación de gastos más comisión, y el productor recibe, en el mejor de los casos, un 10%. Sólo tratándose de un éxito de taquilla este porcentaje podría representar una ganancia y difícilmente una película mexicana recupera su inversión con su exhibición exclusivamente en territorio mexicano. Estos números contrastan con lo que sucede en otros países como Estados Unidos, donde el productor se lleva en promedio el 70% de los ingresos, una vez descontados los gastos de operación del exhibidor.

Estas condiciones se vienen arrastrando desde hace más de dos décadas, por lo que los inversionistas o productores nacionales no quieren arriesgar su capital si no están seguros de recuperar su inversión, la cual, en el mejor de los casos, se obtiene luego de dos a tres años. Estos dos problemas, reparto inequitativo de las ganancias y dificultades de recuperación en la inversión, han impedido que se consolide el crecimiento de nuestro cine; sin embargo, “el cine mexicano cuenta con gran potencial para ser una expresión cultural rentable” (Piedras, 2004: 124). Estas palabras expresadas hace ya una década se están volviendo realidad, como lo han demostrado los éxitos de las películas *Nosotros los nobles*, *No se aceptan devoluciones* y *La dictadura perfecta*, que en 2013 y 2014 superaron los records de taquilla en la historia del cine nacional, a pesar de que no han cambiado las condiciones estructurales que padece esta industria.

Con el estímulo derivado del artículo 189 de la Ley del Impuesto Sobre la Renta (ISR), se ha podido impulsar la producción de películas mexicanas en el corto y mediano plazo, de tal forma que, en los últimos seis años, la producción de largometrajes nacionales se ha venido incrementando de manera sostenida gracias, en su mayor parte, a estos apoyos federales.

Así, en 2013 se produjeron 126 películas y en 2014 fueron 130 (*Anuario Estadístico de Cine Mexicano 2014*); de las 126 películas producidas en 2013, 45 proyectos obtuvieron financiamiento gracias al estímulo 189, y en 2014 lo obtuvieron 59 para producción y 24 para distribución, de acuerdo a cifras publicadas por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público; estas cifras superan el número de películas que se producían en la que es considerada la mejor época del cine nacional, la llamada *Época de Oro*. Con esta recuperación al 2014, México se ubica entre los 20 países con mayor producción de largometrajes en el mundo. No se trata de una nueva *Época de Oro*, pero hoy sí vale oro nuestro cine.

Tabla 1
Producción de películas mexicanas 1989-2013

Año	Películas producidas
1989-1990	167
1991-1992	120
1993-1994	77
1995-1996	33
1997-1998	20
1999-2000	47
2001-2002	35
2003-2004	65
2005-2006	117
2007-2008	140
2009-2010	135
2011-2012	185
2013-2014	256

Fuente: Elaboración propia con información de los Anuarios del IMCINE.

La Tabla 1 muestra el número de películas producidas de 1989 a 2014. El año más crítico fue 1997, cuando sólo se produjeron nueve películas. Ese año fue cuando iniciaron los estímulos del FOPROCINE y FIDECINE. El mejor año de las últimas dos décadas ha sido 2014, con una producción de 130 largometrajes, lo cual revela lo que podría considerarse una recuperación notable y promisorio de esta industria al menos hasta la fecha (*Anuario Estadístico de Cine Mexicano 2014*).

La exhibición

Como se adelantó en párrafos más arriba, una de las principales dificultades que ha tenido que enfrentar el cine nacional en las salas cinematográficas comerciales se encuentra en el control que las distribuidoras y exhibidoras transnacionales tienen sobre la exhibición, problemática que también enfrentan la mayoría de los países en el mundo. Esta problemática se fue agudizando y está estancada “gracias” a lo que la Ley Federal de Cinematografía permite desde 1997:

ARTÍCULO 19.- Los exhibidores reservarán el diez por ciento del tiempo total de exhibición, para la proyección de películas nacionales en sus respectivas salas cinematográficas, salvo lo dispuesto en los tratados internacionales en los cuales México no haya hecho reservas de tiempo de pantalla.

Toda película nacional se estrenará en salas por un período no inferior a una semana, dentro de los seis meses siguientes a la fecha en que sea inscrita en el Registro Público correspondiente, siempre que esté disponible en los términos que establezca el Reglamento.

ARTÍCULO 20.- Los precios por la exhibición pública serán fijados libremente. Su regulación es de carácter federal (Ley Federal de Cinematografía, 2010: 4).

Como se observa, esta normativa no coadyuva a fomentar un crecimiento sostenible de la industria del cine nacional, ya que en ella se establece que a

partir de 1993 iría disminuyendo el porcentaje de exhibición de películas mexicanas en pantalla por año del 50% hasta el 10% en 1997, lo que se cumple hasta la fecha. Al respecto, y paradójicamente, en el documento firmado del TLCAN quedó asentado en el Anexo I de la Lista de México, que “el 30% del tiempo anual en pantalla en cada sala está reservado a las producciones mexicanas dentro o fuera del territorio de México” (Casas, 2000: 144), con lo cual se evidencia una contradicción entre lo acordado por los tres países (México, Estados Unidos y Canadá) y nuestra propia Ley Federal de Cinematografía.

Adicionalmente, la reforma regulatoria afectó también el precio del boleto de cine, al liberarse éste desde 1992 y dejarlo a discreción de los dueños de las salas de exhibición, lo que afectó a la mayoría de la población mexicana que sobrevive con el salario mínimo. De formar parte de la canasta básica de consumo doméstico hasta 1990, con la liberación de precios hoy el costo del boleto se mueve en un rango de 35 a 140 pesos, dependiendo del sector urbano en el que se ubique el complejo cinematográfico, cuando el salario mínimo al 2015 ronda en promedio los 70 pesos diarios. El salario mínimo en 1990 era de 10,786 viejos pesos (luego vino una devaluación del peso en 1993 donde se le quitaron al peso tres ceros, quedando en el equivalente de 10 pesos). De acuerdo con estimaciones hechas con datos del Banco de México y la CANACINE, de 1990 a 1995 el precio del boleto en la Ciudad de México aumentó aproximadamente 26% (Revista *El Consumidor*, PROFECO, 2004: 21).

Ante pocos incentivos a la producción, un control oligopólico de la distribución y exhibición, ¿cómo se van a generar ingresos con una escasa producción?, ¿quién se va a arriesgar a producir cuando por ley una película mexicana sólo contará con el 10% de pantalla compartida con otras producciones nacionales?, ¿cómo se va a incrementar la asistencia (consumo) si no hay exhibición (oferta)? Por un lado, no se puede penetrar en un mercado cuya distribución dominan las empresas transnacionales que privilegian las

producciones extranjeras, por no decir estadounidenses, las que se ven beneficiadas por las disposiciones legales decretadas por el propio Estado y que determinan la oferta cinematográfica; y por otro, no se nace con el gusto, éste se forma y recrea dependiendo de la oferta cultural a la que se pueda tener acceso y disfrute, y en la que se forma y reafirma la identidad cultural. Como bien señalaba García Canclini (1997), ante el control de la distribución y exhibición, “¿quién va a narrar nuestra identidad? La identidad es un constructo que es narrado”, y las películas son una de las principales fuentes de narración tanto para la formación de identidades, como para la preservación y proyección de la identidad cultural y nacional en el mosaico global. De ahí la importancia de que las películas mexicanas que se producen puedan tener la misma oportunidad de ser exhibidas como las extranjeras, con una legislación más equilibrada, para que participen en igualdad de oportunidades en un contexto de diversidad cultural y los espectadores dispongan de más opciones para su recreación cinematográfica.

El consumo

Hoy en día, aun con las crisis económicas, de desempleo, de inseguridad y violencia que se viven actualmente en el país, el número de salas sigue creciendo y las ganancias en taquilla incrementando: en 2013 los ingresos fueron de 11,860 millones de pesos, y en 2014 fueron de 11,237 millones. En 2010 fueron de 9,032 millones, por lo que si se comparan estos datos se observa un incremento del 25% entre 2010 y 2014 (*Anuario Estadístico del Cine Mexicano 2014*).

Con todo, y dado que la exhibición de películas mexicanas no ha sido muy numerosa, su público es fiel y está asistiendo a verlas. De acuerdo a la información publicada en el *Anuario Estadístico de Cine Mexicano 2014*, *La dictadura perfecta* fue la película mexicana con mayor impacto en salas comerciales, con 4.2 millones de asistentes; ocho películas mexicanas

superaron el millón de asistentes en las salas de cine; las películas mexicanas tuvieron 24 millones de espectadores en las salas, con el 10% de la cuota de mercado.

También, de acuerdo a datos del Anuario 2014, en comparación con 2013 la asistencia fue de 30.1 millones, con 12% de la cuota de mercado. Aun cuando hubo un decremento del 2% en la asistencia a ver películas mexicanas, de acuerdo con el número de estrenos en el año, en 2013 la asistencia por película nacional fue de 298 000, mientras que en 2014 se llegó a 352 000, lo que representa un incremento del 20% en la asistencia por película nacional estrenada en las salas. Como se mencionaba, hay un público que está siendo fiel a su cine. La Tabla 2 muestra el crecimiento en pantallas cinematográficas de la última década, el de la asistencia total y el de la asistencia a ver películas mexicanas. Si bien los dos primeros indicadores se han mantenido en crecimiento constante, el de la asistencia a ver películas mexicanas se mantuvo fluctuante hasta 2012, brincando al triple en 2013 para luego disminuir de nuevo en 2014.

Tabla 2

Asistencia a las salas de cine en México 2002-2014

	2002	2004	2006	2008	2010	2012	2013	2014
Pantallas cinematográficas	2,823	3,491	3,892	4,310	4,818	5,303	5,547	5,678
Asistencia total*	152	163	165	182	190	228	248	240
Asistencia a ver películas mexicanas*	14.7	9.0	11	13.2	11.4	10.9	30.1	24

Fuente: Elaboración propia con datos de los Informes y Anuarios del IMCINE.

(*) Millones de espectadores

¿A qué se debió el incremento de la asistencia a ver películas mexicanas en 2013? En ese año, a la cabeza de las 10 películas con más asistencia se situó la mexicana *No se aceptan devoluciones*, distribuida por VIDEOCINE, con 15.2 millones de espectadores, el 50% del total de espectadores de cine nacional de ese año. El éxito de esta película hizo que se incrementara, también, el promedio de asistencia por habitante de 1.96 en el 2012 a 2.1 en 2013. Esta película se convirtió también en la película de habla hispana más taquillera de todos los tiempos en Estados Unidos (*Anuario Estadístico de Cine Mexicano 2013*).

La también nacional *Nosotros los nobles* ha sido la segunda más vista, con 7.1 millones, mientras que *El crimen del Padre Amaro* (Carlos Carrera, 2002), que había encabezado el primer lugar hasta 2010, quedó en tercer lugar, con 5.2 millones de espectadores. *La dictadura perfecta*, estrenada en 2014, quedaría en cuarto lugar, con los 4.2 millones de asistentes (*Anuario Estadístico de Cine Mexicano 2014*).



De acuerdo con datos de la Cámara Nacional de la Industria Cinematográfica y del Videograma (CANACINE), la asistencia *per cápita* de 2013 fue mucho mayor que en otros países de Latinoamérica y algunos de Europa: por ejemplo, Alemania 1.7, Italia 1.5, Chile 1.2, Perú y Argentina 1.1, Colombia 0.9 y Brasil 0.8. Así, las salas de cine continúan siendo uno de los principales contactos que tiene el público mexicano con un filme, pese a la competencia que representan las tecnologías de la información y comunicación, de bajo costo y variada oferta audiovisual. El 53% de la población que asiste al cine al menos una vez al año son los jóvenes (*Anuario Estadístico del Cine Mexicano 2013*).

Entonces, si se están realizando más películas nacionales y el público va a verlas, ¿por qué no establecer una política cultural congruente y consistente para el cine nacional?

En el Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018 del actual Gobierno de la República que preside Enrique Peña Nieto, si bien se mencionan estrategias y acciones en apoyo a la producción de cine, no se declara una estrategia específica ni para la exhibición ni para la formación de públicos. En el apartado VI.3, México con educación de calidad, en su Objetivo 3.3, relativo a ampliar el acceso a la cultura como un medio para la formación integral de los ciudadanos, se propone en la Estrategia 3.3.4: Fomentar el desarrollo cultural del país a través del apoyo a industrias culturales y vinculando la inversión en cultura con otras actividades productivas. Y como líneas de acción: 1) incentivar la creación de industrias culturales y apoyar las ya creadas a través de los programas de MIPYMES; 2) impulsar el desarrollo de la industria cinematográfica nacional de producciones nacionales y extranjeras realizadas en territorio nacional (PND 2013-2018: 126). Acciones como “incentivar” e “impulsar”, si no se declara su operatividad, resultan vagas y perdidas en el tiempo; lo anterior es muestra de que no existe una política cultural con directrices operativas que garanticen un apoyo efectivo a esta industria.

En un mercado donde la distribución y la exhibición en los cines comerciales las dominan empresas transnacionales que privilegian las producciones extranjeras, que se ven beneficiadas por las disposiciones de una Ley que no protege su patrimonio nacional, es imperiosa la necesidad de una política cultural congruente y consistente con el desarrollo de la cinematografía mexicana.

El cine mexicano en Monterrey: un acercamiento de lo global a lo local

En un acercamiento a esta situación con un enfoque local, de las 5,678 salas de cine con las que cuenta actualmente el país, 446 se ubican en el Estado de Nuevo León, entidad federativa cuya capital es Monterrey, considerada la tercera ciudad más importante de México, la cual ocupa el segundo lugar en número de salas por entidad federativa después del Distrito Federal. Al cruzar los datos proporcionados por el Consejo Nacional de Población con el número de salas en territorio nacional, la entidad con el mejor promedio de habitantes por pantalla es Nuevo León, con alrededor de 11,000 (*Anuario Estadístico del Cine Mexicano 2014*).

Los últimos indicadores publicados en los Anuarios Estadísticos de Cine Mexicano señalan que Nuevo León es una buena plaza para la exhibición cinematográfica, aunque no destaca mucho en la producción. Tanto en 2013 como en 2014, la entidad fue la tercera con mayor número de espectadores de cine mexicano, después del Distrito Federal y Jalisco.

En las dos últimas décadas, tal como ha sucedido en el resto del país, la oferta de las películas mexicanas exhibidas en promedio en las salas de cine ha sido muy fluctuante y la de películas de origen estadounidense es la que más ha predominado en las pantallas, la oferta en cantidad y variedad de películas que se exhiben en promedio por día es de 28 a 30, de las cuales en promedio sólo dos o tres son películas mexicanas; sin embargo, y a pesar de la escasa oferta

de películas nacionales en los cines, el público local está yendo a verlas (Hinojosa, 2003, 2004, 2006, 2007, 2010, 2012, 2013).

Estudios sobre consumo y percepción sobre el cine mexicano, realizados a los asistentes a las salas de cine comercial en Monterrey, han demostrado que existe un público, sobre todo entre los jóvenes, que consume y disfruta todavía ir al cine a ver películas mexicanas. El perfil de los asistentes a las salas de cine comercial de Monterrey está formado, en su mayor parte, por jóvenes de entre 18-25 años, con estudios profesionales, solteros y con trabajo (el 60%, en promedio, ha contestado contar con trabajo al momento de contestar el instrumento), de lo que se infiere que estos públicos que asisten a las salas de cine comercial a ver películas mexicanas se han ido convirtiendo en una “élite”, dejando a la mayoría de la población (clases populares) fuera del disfrute de este patrimonio cultural (Hinojosa, 2003, 2007, 2010 y 2013).

En un acercamiento más actual, en marzo de 2015 se llevaron a cabo 15 entrevistas a sujetos voluntarios, asistentes a las salas de cine, luego de ver una película mexicana de las que se exhibían en los complejos cinematográficos de la ciudad. Se les preguntó, entre otras cuestiones, acerca de si habían visto otras películas mexicanas en los últimos tres meses; que mencionaran las últimas tres que recordaban haber visto; el factor que influyó más en la selección de la película; qué película mexicana de las que han visto últimamente le ha gustado más y por qué; cómo califican a estas películas en cuanto producción, actuaciones, temas; si consideraban que las situaciones que se presentan en estas películas tienen semejanza con la realidad mexicana; qué películas preferían ver más, si las mexicanas o extranjeras; si se exhibieran más películas mexicanas en los cines si asistirían a verlas; y su frecuencia de asistencia al cine.

A continuación se reproducen algunas de las respuestas más significativas de los entrevistados:

Sobre las últimas tres que recordaban haber visto, las más mencionadas fueron *La dictadura perfecta*, *Cantinflas* (Sebastián del Amo, 2014), *No se aceptan devoluciones* y *Nosotros los nobles*. Esta última película se ha estado exhibiendo en el canal CINEMAX de televisión de paga en los últimos meses y algunos de los entrevistados comentaron que no se la perdían cada vez que se exhibía en la televisión, además de haberla visto en las salas de cine.



A la pregunta de qué película mexicana de las vistas últimamente le había gustado más, señalaron las mismas que recordaban, en ese orden, y algunos de sus comentarios fueron: en torno a *La dictadura perfecta*, “es entretenida porque es una sátira política de nuestra realidad”, “muestran la realidad de cómo se hace política en México”; sobre *Cantinflas*, “me gustó por la historia, el manejo cinematográfico, las tomas de cámara, el diseño artístico y urbano”; en cuanto a *Nosotros los nobles*, “la película es un cambio refrescante, como regresar a una comedia más *light*”, “me gustó por el guión, las actuaciones, he

visto esta película muchas veces y me sigue divirtiéndome”, “es una comedia que ayuda a escapar de la rutina”, “cuenta una historia de la vida cotidiana, desata emociones y diversión”, “las nuevas películas utilizan personajes salidos de la vida real, que reflejan la juventud mexicana de nivel socioeconómico alto, temas familiares, la desigualdad social que se resuelve de una manera ligera y amistosa, no crítica, sin violencia ni sexo que predominen, con un toque de humor y mensaje positivo”; a la pregunta de si se exhibieran más películas mexicanas en los cines si irían a verlas, 14 de 15 de los entrevistados contestaron que sí.

Al contrastar estas opiniones con las temáticas que se abordan en las películas mencionadas como más vistas por los entrevistados, concluimos en lo importante que es contar historias de una forma que retengan la atención de los espectadores para que éstos, a su vez, recomienden la película a otras personas.

Para obtener esto, Lozano, Barragán y Guerra (2009) destacan que los productores deben trabajar para encontrar la mezcla perfecta de arte y espectáculo comercial, generar ganancias, reducir el riesgo, estimular el otorgamiento de créditos y buscar que sus películas lleguen a la mayor cantidad de espectadores:

El trabajo que deben desempeñar los productores y directores cinematográficos no es sólo el de artistas sino también el de ejecutivos de negocios con perspectiva de mercado. El director siempre se encargará de impregnar la película de elementos que busquen reflejar un tipo de cultura, alguna opinión, apreciación y/o fomentar la reflexión en el público, pero por otro lado deberá crear ideas atractivas e innovadoras, según los deseos de un espectador exigente que cuenta con múltiples opciones de consumo al momento de ver la cartelera cinematográfica. Es importante contar historias de una forma que retengan la atención de los espectadores para que, al irse satisfechos, recomienden la película a las demás personas. Su objetivo será al final de

cuentas, que su película sea comercializada adecuadamente para que la vea el mayor número de espectadores (Lozano, Barragán y Guerra, 2009: 217).

Conclusiones

Si bien existen determinaciones de los mercados internacionales, como la preponderancia de una economía neoliberal, la apertura comercial, las privatizaciones de sectores considerados anteriormente de protección estatal como el cinematográfico, y condiciones estructurales de carácter nacional, como lo son una legislación cinematográfica inequitativa y falta de políticas culturales promotoras para una industria que la hagan sostenible y sustentable, hay que voltear a ver el éxito de películas como *Nosotros los nobles*, *No se aceptan devoluciones* y *La dictadura perfecta* para ver cómo productores e inversionistas están apostando a nuevos modelos de negocio buscando tanto el éxito de sus películas como la satisfacción del público que las consume. Contra viento y marea, el cine mexicano se mueve.



Por otra parte, el incremento en las coproducciones mexicanas es señal, también, de un crecimiento en una producción transnacional de la que México forma parte, aunque en menor medida a la participación de otros países como Estados Unidos y los europeos, pero que puede ser una alternativa para los cineastas e inversionistas que tengan voluntad de hacer películas mexicanas bajo este esquema de inversión de capital y riesgo.

Los premios y reconocimientos que están obteniendo una generación de cineastas mexicanos que en la última década han participado y recibido premios en festivales y eventos cinematográficos internacionales, y cuyas películas están teniendo éxito en taquilla, ponen el dedo en la llaga en el sentido de que no ha sido la escasez de talento lo que le hace falta a nuestro cine, sino una política cultural congruente y consistente que establezca las condiciones estructurales de promoción y fomento, para que quienes están detrás de esta industria puedan enfrentar los desafíos que la globalización de los mercados y su modelo ideológico dominante están determinando.

Es difícil predecir o establecer un pronóstico para el cine nacional de los próximos años; ojalá que este crecimiento que se ha visto en la última década motive en el Estado y en el Congreso que se revise la legislación y se promueva un cambio; por otra parte, la insuficiencia de estudios sobre la economía de la cultura en general, y del cine en específico, no permite aún construir explicaciones integrales desde la academia sobre el modo en que las industrias culturales de México y de América Latina se están integrando a una economía mundial que ve lo transnacional como una forma de sobrevivencia.

Finalmente, hay que considerar que nuevas generaciones de espectadores globales se están formando en una emergente cultura transnacional permeada, en gran parte, por las cinematografías mundiales, donde las políticas culturales de cada país serán determinantes para mantener un equilibrio entre una oferta transnacional distribuida inequitativamente por las empresas concentradoras de

la distribución y la exhibición, y la conservación de la memoria colectiva de una nación, cuya propia cinematografía es uno de sus insumos principales.

Bibliografía

- Alejo, Javier (23 agosto 2012). Al alza, el valor de la cultura. *Milenio, Cultura*. Disponible en: <http://www.milenio.com/cdb/doc/noticias2011/3604371c5c91951eb11f9c4d159d0e0a> (Acceso: el 28 de agosto de 2013).
- Amador, Luis (2004), "Cómo consumimos cine", en Revista *El Consumidor*, PROFECO, México, D. F., abril 2004, pp. 18-27.
- Anuario Estadístico de Cine Mexicano 2013*, México, D. F., IMCINE.
- Anuario Estadístico de Cine Mexicano 2014*, México, D. F., IMCINE.
- García Canclini, Néstor (1997). "Will there be Latin American Cinema in the year 2000? Visual Culture in a Postnational Era", en Ann M. Stock (ed.), *Framing Latin American Cinema: Contemporary Critical Perspectives*, Minneapolis, USA: University of Minnesota Press, 246-258.
- Getino, Octavio (2007). Los desafíos de la industria del cine en América Latina y el Caribe, en *Zer*, 22, 167-182.
- Hinojosa, Lucila (2013). "Cine transnacional y espectadores globales: oferta y consumo del cine mexicano en Monterrey 2001-2010", en Lucila Hinojosa, Eduardo De la Vega y Tania Ruiz (coords.), *El cine en las regiones de México*. Monterrey: Universidad Autónoma de Nuevo León, pp. 277-302.
- ____ (2012). "Economía política del cine mexicano: oferta y consumo de películas nacionales en Monterrey, México (2001-2010)", en *Eptic Online, Revista Electrónica Internacional de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación*, vol. XIV, n 3, Sept.-Dic. 2012, ULEPICC, disponible en: <http://www.seer.ufs.br/index.php/epitic/article/view/537/450>
- ____ (2010). "Cine transnacional y espectadores globales: consumo y recepción de películas mexicanas en Monterrey, México", en Jorge Nieto (editor), *Sociedad, desarrollo y movilidad en comunicación*, Tampico: Universidad Autónoma de Tamaulipas, pp. 310-326. Disponible en: www.eumed.net/libros/2010a/664/
- ____ (2007). *El cine mexicano. La identidad cultural y nacional*, México: Trillas.
- ____ (2007). "Una historia local en el horizonte mundial: El cine mexicano en Monterrey", en José Carlos Lozano (editor), *Global Media Journal en Español*, 4, (8). Disponible en: <http://gmje.mty.itesm.mx/>
- ____ (2006). "El cine mexicano y el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN): un análisis multidimensional", en Adriana Peimbert y Rodrigo Gómez (Eds.), *Comunicación para el desarrollo en México*, Libro colectivo AMIC 2006, México: AMIC y Universidad Latina de América, pp. 307-350.

____ (2004). “El cine mexicano: un caso de recepción cinematográfica”, en *LOGOS CC*, 3, (2), pp. 43-52.

____ (2003). *El cine mexicano. De lo global a lo local*. México: Trillas.

____ (2003). “El cine mexicano y su público en Monterrey: un análisis sobre la exhibición y los espectadores de 2002”, en *CATHEDRA*, 3, (7), Monterrey: Universidad Autónoma de Nuevo León, pp. 107-115.

Ley Federal de Cinematografía, Diario Oficial de la Federación, última reforma publicada DOF 28-04-2010, México, D. F., Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión.

Lozano, David, Barragán, José y Guerra, Sergio (2009). El cine: el negocio de la cultura, en *Innovaciones de Negocios*, 6 (2), 207-224.

Nájar, Alberto (2013). ¿Qué tiene la película más taquillera de México? *BBC Mundo*, Ciudad de México. Disponible en:

http://www.bbc.co.uk/mundo/noticias/2013/06/130614_nosotros_los_nobles_cine_mexico_secreto_exito_taquillera_alazraky_an.shtml. (Acceso: 17 de junio de 2013).

Olarte, Carlos (2013). “¿Por qué *Nosotros los nobles* se ha convertido en la película mexicana más vista de su historia?”, en *América Economía, Sección Política y Sociedad*. Disponible en:

<http://www.americaeconomia.com/politica-sociedad/cultura-y-espectaculos/por-que-nosotros-los-nobles-se-ha-convertido-en-la-pelicula>. (Acceso: el 28 de agosto de 2013).

Piedras, Ernesto (2006). “Crecimiento y desarrollo económicos basados en la cultura”, en *Las industrias culturales y el desarrollo de México*. México: SRE/FLACSO/Siglo XXI Editores.

____ (2004). *¿Cuánto vale la cultura? Contribución económica de las industrias Culturales protegidas por el derecho de autor en México*. México: CONACULTA.

* Lucila Hinojosa Córdova. Doctora en Ciencias de la Comunicación Social. Docente e investigadora en la Universidad Autónoma de Nuevo León. Miembro del Sistema Nacional de Investigadores, nivel 1. Autora de varios libros y artículos, entre ellos: *El cine mexicano. De lo global a lo local* (Ed. Trillas, 2003); *El cine mexicano. La identidad cultural y nacional* (Ed. Trillas, 2007); *El cine en las regiones de México* (Ed. UANL, 2013), en coordinación con Eduardo de la Vega y Tania Ruiz. E-mail: lhcordova@hotmail.com o lucila.hinojosacr@uanl.edu.mx