

El cine mexicano: unas de cal, otras de arena

José Woldenberg

1. Como en las viejas carpas, el *Anuario estadístico del cine mexicano 2015* nos trae dos noticias, una buena y otra mala. El año pasado se produjo el número más elevado de películas en nuestro país en toda su historia (140); pero su participación de mercado —tanto en espectadores como en ingresos— bajó por segundo año consecutivo. Pero vamos por partes.

2. Por primera vez el *Anuario* mide, con la colaboración del INEGI, la contribución de la industria cinematográfica a la economía nacional. Se nos informa que la “cultura” representa 2.8 por ciento del PIB nacional y que la industria cinematográfica más los medios audiovisuales incorporan 15 por ciento del PIB de la cultura (es decir, de ese 2.8 por ciento). La industria cinematográfica generó 2 mil 630 puestos de trabajo y pagó 274 millones de pesos en remuneraciones. Pero como no es difícil imaginar, apenas representa 0.03 por ciento del PIB nacional. Lo que quizá valga la pena destacar es que la evolución del PIB de la industria cinematográfica ha crecido en los últimos años —de 2009 a 2013— a tasas por encima del promedio del PIB en la cultura y del PIB nacional. No está mal que el *Anuario* rescate y divulgue esa información, pero —creo— lo fundamental del cine es contemplarlo como un fenómeno cultural, una fórmula a través de la cual nos recreamos y pensamos. Ahí radica su singularidad, de ahí su importancia.

3. Como ya apuntábamos, en 2015 se produjeron 140 películas, cifra récord, digna de ser subrayada. Pero que adquiere toda su relevancia si volteamos a ver lo que sucedía hace apenas 15 o 20 años. Por aquel entonces, las cifras fluctuaban cada año entre 17, 16, 9, 12 y 20 películas. Parecía

que el cine mexicano apenas sobrevivía o, dirían los más pesimistas, agonizaba. Y es que desde 2002, cuando se produjeron 14 cintas, la producción no ha hecho más que crecer de manera sistemática.

4. En 22 entidades del país se filmaron cintas, aunque por supuesto el mayor número en la Ciudad de México (más de 50 por ciento). El 25 por ciento de las películas fueron dirigidas por mujeres, el porcentaje más alto en la historia (34 cintas, mientras en 2008, por ejemplo, sólo fueron 5). El 35 por ciento de los filmes fueron documentales. Y 70 por ciento de las películas recibieron dinero público. Esto también hay que subrayarlo: por las características de la industria —cultural— y por la oceánica asimetría en la competencia, resulta indispensable que las instituciones estatales “metan el hombro” para apuntalar al cine. Se realizaron 44 películas en coproducción con otros países, el número uno fue España con 10, el segundo Estados Unidos con 8 y el tercero Colombia con 6. El costo promedio por película bajó un poquito a 21 millones de pesos (en 2014 fue de 22.5 millones). Y también fue el año que más documentales se realizaron (50), en 2014 fueron 45 y un año antes 30. Se produjeron 53 “óperas primas”, 54 segundas y terceras obras y 37 de directores con una carrera de cuatro películas o más. Los cortometrajes contabilizados en 2015 son 453, por debajo de los del año anterior (535), pero superior a la cifra de 2013 (360). Creo que esos números ilustran la vitalidad y fuerza del cine en nuestro país.

5. Pero estamos obligados a mirar la otra cara: la de la distribución y la exhibición. Y por donde se le mire, esa es la faz oscura de la cuestión. Un total de 286 mi-

llones de personas fueron a las salas de cine, 46 millones más que en 2014. ¡Para quienes afirman que el cine en el cine va de salida! Se trata de la cifra más alta desde 1993. No obstante, a ver cine mexicano sólo fueron 17.5 millones, es decir, 6.1 por ciento del total. Y el asunto es más triste porque un año antes (2014) el porcentaje fue de 10, y el asunto resulta peor si se le compara con 2013, cuando 30.1 millones de espectadores fueron a ver cine mexicano a las salas.

6. Estamos además ante un mercado más que desigual. Mientras las diez películas con mayor éxito de taquilla —todas estadounidenses— concentraron 40 por ciento de la asistencia, hubo 43 películas mexicanas que no fueron vistas ni por 10 mil espectadores cada una. Me llama la atención que de las diez películas con mayores ingresos en taquilla todas fueron infantiles o para adolescentes. Por otro lado, la recaudación total suma la nada despreciable cifra de 13 mil 334 millones de pesos; superior a la de los años anteriores.

7. Y la desigualdad también cruza a nuestras propias cintas. Veamos. De 80 estrenos, sólo 4 alcanzaron más de un millón de espectadores. La líder, sin duda, fue *Un gallo con muchos huevos*, a la que fueron a ver 4.1 millones de personas. Se trata de la quinta película más vista en cines en la historia reciente. Las otras tres fueron *El gran pequeño* (3.3 millones), *A la mala* (2.8) y *Don Gato. El inicio de la pandilla* (1.5). Tres cintas fueron vistas por más de 500 mil y menos de 800 mil espectadores. Once más lograron meter a las salas entre 100 mil y 500 mil personas; 8, entre 50 y 100 mil; cuatro, entre 20 y 50 mil; siete, entre 10 y 20 mil. Y 43, como ya apuntábamos, no lograron

quiera atraer a 10 mil espectadores cada una. Una cantidad que debería llamar a alarma. El *Anuario* nos informa también que la baja en asistencia para ver cine mexicano se produjo en las 32 entidades del país.

8. Por supuesto, las películas mexicanas no llegan a las pantallas grandes con la misma potencia. Mientras aquellas que se estrenaron con 400 copias o más (6) fueron proyectadas en las 32 entidades del país, aquellas que sólo contaron con 2 a 9 copias (21) o, peor aún, con una sola (15), en la mayoría de los casos sólo pasaron en una entidad.

9. Se detectaron 47 empresas distribuidoras, pero 17 de ellas sólo lanzaron un filme. Una, Videocine, con 15 por ciento de los estrenos, concentró 70 por ciento de la asistencia a ver cine mexicano. La otra, Cinépolis, con 5 películas logró 9 por ciento del total del público. Como auténtico neófito, me pregunto: ¿no sería pertinente una distribuidora estatal, dado que demasiadas películas —incluso financiadas con dinero público— no encuentran forma de ser exhibidas dignamente?

10. El mercado mexicano de cine es realmente el mercado de Hollywood. Del total de asistentes a las salas, 84 por ciento fue a ver cine norteamericano. Estamos hablando de 240.7 millones de espectadores. El 8 por ciento fue a ver cine europeo, el 6.1, como ya dijimos, mexicano, y el otro 2 por ciento el de los demás países.

11. La infraestructura para la exhibición del cine sigue creciendo. En el país existen 739 complejos cinematográficos con un total de 5 mil 977 pantallas, dice el informe, un 5 por ciento más que en 2014. No obstante, como todo en México, están mal distribuidas. El 40 por ciento del total de las pantallas se encuentran en tres entidades de la República (Ciudad de México, Nuevo León y Jalisco). Pero, claro, las entidades tienen muy distinta población, y así, mientras Quintana Roo posee el mejor promedio de pantalla por habitante (una por cada 9 mil 401), Zacatecas es el estado peor dotado (una por cada 57 mil 333). En ese renglón, luego de Quintana Roo, se encuentran, Nuevo León (9,439), Baja California Sur (9,652) y Baja California (11,188). En la cola, por

encima de Zacatecas, se encuentran Chiapas (54,507), Tlaxcala (46,797) y Oaxaca (43,204). Sólo en Sonora (-5), Oaxaca (-5), Tabasco (-1) y Tlaxcala (-1) se apreció un decrecimiento del número absoluto de pantallas.

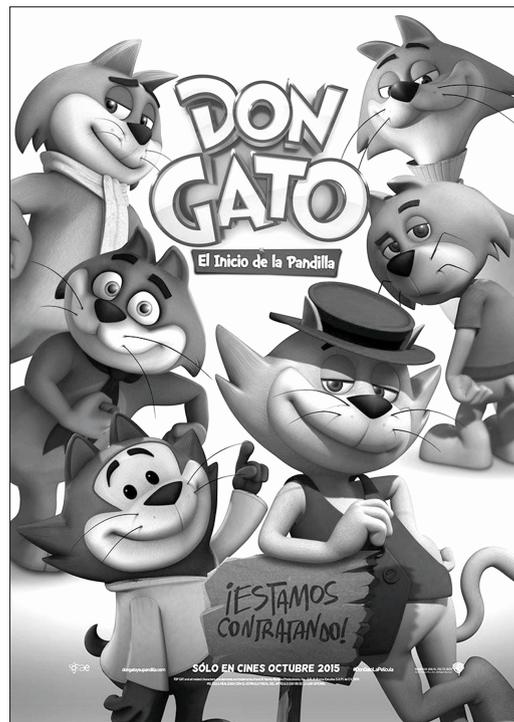
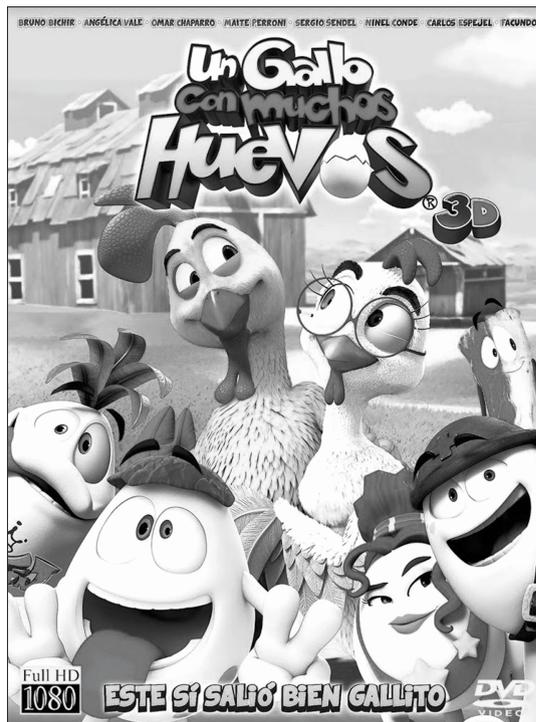
12. La relevancia del cine también puede apreciarse por el incremento de lo que el *Anuario* llama exhibición alternativa, es decir, la red de cineclubes que sigue creciendo. En 2015 se contabilizaron 402 contra 380 en 2014. Imagino que este aumento también tiene que ver con las nuevas tecnologías, que facilitan, y mucho, la exhibición. También el número de festivales crece. Se celebraron 119 el año pasado. El *Anuario* nos informa que en el año 2000 se contabilizaron 10 y que una década después eran 50, por lo que la multiplicación resulta espectacular. Claro, la mayor parte de ellos se concentra en el ex D. F. (33), mientras Chihuahua, Coahuila, Durango, Querétaro, Quintana Roo, Tabasco, Tamaulipas, Tlaxcala, Yucatán y Zacatecas tienen uno cada una.

13. La televisión sigue siendo una gran plataforma de exhibición para el cine mexicano. Se contaron 6 mil 441 transmisio-

nes de películas, de las cuales 31.30 por ciento fueron mexicanas. En la televisión comercial, luego de las telenovelas (21.75 por ciento del tiempo), fueron las películas las que más tiempo de pantalla ocuparon (19.71 por ciento). E incluso en la televisión abierta pública mantuvieron un lugar destacado (14.93 por ciento), luego de los “espacios culturales” (20.36 por ciento) y magazines (16.85 por ciento). Televisa, en tres de sus canales, transmitió mil películas mexicanas en 2015 y TV Azteca 300. Las más vistas en televisión comercial fueron *No se aceptan devoluciones* (4.4 millones), *Mi villano favorito* (4.3) y *La vida de Pi* (4.0). La más vista en canal 11 fue *La mujer de Benjamín* (360 mil espectadores) y en el 22 fue *El rapto* (234 mil). La televisión de paga, que sigue creciendo, es también una plataforma importante para el cine. Dos canales parecen ser los que más explotan la cinematografía del país: De Película y Golden.

14. Y la tercera corrida de las películas, luego de los cines y la televisión, es la de los DVD y los Blu-ray. Hay que señalar que según datos del INEGI 80 por ciento de los hogares mexicanos cuenta con re-





productor de DVD, lo que es un indicador para medir las potencialidades de dichas plataformas. No obstante, (me) llama la atención que el número de títulos en DVD autorizados por RTC viene decreciendo año con año, e incluso los de Blu-ray también bajaron de 2014 a 2015 (de 481 a 270). En ese renglón, México ocupa el segundo lugar, después de Estados Unidos (se autorizaron 230 títulos de Estados Unidos por 21 de México).

15. En esa materia, la piratería es crucial para entender el fenómeno. Y el *Anuario* no es omiso. Por el contrario. Ahora, además de Guadalajara, Mérida, Monterrey, Puebla, Tijuana y la capital del país, que ya aparecían en informes anteriores, se agregaron Oaxaca y Querétaro. Usted puede enterarse de cuáles películas se encuentran en esos mercados y de sus precios promedio, pero no les voy a hacer publicidad.

16. Y la cuarta corrida, que seguramente impactará a las otras tres, es la de las plataformas digitales que ofrecen cine mexicano. Y en ese sentido vale la pena festejar —aunque esté apenas en una etapa germinal— la iniciativa de FilminLatino, un esfuerzo de Imcine-Conaculta y la plataforma digital española Filmin. Se trata de la iniciativa más ambiciosa por ofrecer cine en nuestro idioma. Sobre decir que fenómenos como Netflix o en otra

dimensión Clarovideo han demostrado la eventual potencia que pueden tener dichas plataformas.

17. En YouTube se encuentran películas completas y tráilers. Estos últimos sin duda pueden entenderse como fórmulas de promoción, pero si mal no entendí dicha súper plataforma ya ha tenido que dar de baja películas cuando sus productores o creadores lo han demandado. También quizás está de más decir que así como existe piratería tratándose de DVD y Blu-ray, también se pueden encontrar lo que el *Anuario* llama de manera benévola “plataformas no legales”. “De las 249 películas mexicanas estrenadas en salas de cine en el periodo 2013-2015, 51 por ciento se localizaron completas en la web”. Según la información del *Anuario*, *No se aceptan devoluciones* ha tenido más de 4.7 millones de descargas. En 18 por ciento de los casos “llegaron a las páginas web de consumo no legal antes que a su estreno en las salas de cine” y en 12 por ciento “aparecieron en la web el mismo día de su estreno comercial”.

18. El cine mexicano tiene presencia en el exterior. Pero muy poca. En 2015 hubo estrenos en 34 países distintos, pero cuando uno ve las cifras desglosadas, los resultados son magros: 19 estrenos en Bolivia, 10 en Costa Rica y 10 en Guatemala, 8 en Panamá, 7 en El Salvador, 6 en Es-

tados Unidos e igual número en Perú y 4 en España. Dado el mercado en lengua española y el crecimiento de la llamada población “hispana” en Estados Unidos, me parece que la cinematografía mexicana podría (debería) multiplicar su presencia en el mundo. ¿Se requiere también una distribuidora a nivel internacional? Eso sí, la riqueza y diversidad de nuestro cine son reconocidas en los más distintos festivales: 186 premios recibieron las cintas nacionales fuera de nuestras fronteras en el año 2015. Entre otros, premios en Cannes, Berlín, Venecia y San Sebastián.

19. El *Anuario* también hace un recuento de las estrategias publicitarias de las películas. Y otra vez, la desigualdad es el signo distintivo. De las 80 películas que se estrenaron, sólo de 32 se registró alguna difusión en los medios tradicionales (televisión, radio y prensa). Y parece existir —es lógico— una correlación entre el número de copias y los esfuerzos promocionales. Lo que ya no se explica es que en las redes muchas hayan pasado en blanco: 61 utilizaron Facebook, 33 abrieron una cuenta en Twitter y 25 un sitio web. El resto ni eso.

20. Total, mucha tela de donde cortar. **U**

Anuario estadístico del cine mexicano 2015, IMCINE/Conaculta, México, 2015, 305 pp.