

Luces y sombras del cine mexicano

José Woldenberg

Si se pretende tener un diálogo o una discusión enterada sobre cualquier tema, lo primero es contar con información cierta, pertinente. Solo así se pueden trascender los prejuicios y consejas sin fundamentos, las especulaciones, los dimes y diretes. La información compartida, pública, oportuna, tiende a elevar el nivel de la conversación, crea un piso firme para el intercambio de ideas y en sí misma genera algunas de las coordenadas que modelan el debate. Por ello, es importante el *Anuario estadístico del cine mexicano 2013* que publica el Imcine y que es ya un eslabón de una incipiente tradición que debe ser reforzada y saludada.

El *Anuario* porta unas buenas y otras preocupantes noticias. Ilustra sobre los avances del cine mexicano, pero también detecta los nudos que deben ser trascendidos si queremos contar con una industria sólida y próspera.

Empecemos con lo bueno. La producción, la asistencia a los cines, la recaudación en taquilla y los premios internacionales para las películas mexicanas van en ascenso.

En 2013 se produjeron 126 películas mexicanas, la cifra más alta desde 1959. Luego del decrecimiento en plomada que vivió el cine nacional entre 1989 y 1997, a partir de 2004 se inicia un crecimiento que prácticamente no se ha detenido. En 1989 se produjeron 92 filmes, cifra nada despreciable. Pero un año después, el número descendió a 75 y un año después a 62 y después a 58 y luego a 49, 28, 17, 16 y finalmente a 9 en el ya mencionado año de 1997. Luego, entre 1998 y 2002, los números oscilaron entre 11 y 28 películas al año. En 2003 fueron 29; en 2004, 36; en 2005, 53, y luego 64, 70, 70, 66, 69, 72 y en 2012, 112 y en 2013, 126. Una recuperación digna de llamar la atención y en la cual mucho tienen que ver los estímulos fiscales que hoy

se explotan para hacer cine. La otra fuente de la explicación de este repunte tiene que ver con las fórmulas estatales de apoyo a la producción cinematográfica, ya que en el 75 por ciento de los proyectos aparece, de uno u otro modo, algún fondo estatal.

A pesar de esa buena nueva, me gustaría encontrar una explicación para el declive numérico en la producción de cortometrajes. En 2013 se realizaron 360, una cifra que a primera vista no resulta menor, pero que si se le compara con los 622 de 2012, los 521 de 2011 y los 406 de 2010, aparece como lánguida, muy pequeña.

El cine mexicano también se vio más en los cines. Se dieron 248 millones de visitas al cine en 2013. De esas, 30.1 millones fueron a ver películas mexicanas, lo que representa el 12 por ciento del total. Suena poco, pero es una proporción mayor si se le compara con los últimos años y en especial con el 2012 en el cual solo el 4 por ciento de los boletos vendidos en taquilla fueron para películas mexicanas. Y ello por supuesto tiene una traducción en los ingresos: de 445 millones en 2012 a 1,200 millones en 2013.

Ese crecimiento en espectadores e ingresos se debe, sobre todo, a dos auténticos fenómenos de taquilla: las películas *No se aceptan devoluciones* de Eugenio Derbez y *Nosotros los nobles* de Gary Alazraky. A la primera la fueron a ver 15.2 millones de personas y a la segunda 7.1 millones. Cifras inauditas, récords auténticos, números fabulosos, sobre todo si se toma en cuenta que el tercer lugar en la lista de los últimos 12 años sería *El crimen del padre Amaro* de Carlos Carrera en 2002 con 5.2 millones de espectadores. Esas dos películas generaron, ellas solas, dos terceras partes de los espectadores de cine nacional en 2013. Y en términos de ingreso, la primera logró un

poco más de 600 millones de pesos en taquilla y la segunda un poco más de 340 millones.

Hay luego un pelotón de cintas a las que no les fue mal en asistentes y en taquilla. *Amor a primera vista* con 2.4 millones de espectadores; *No sé si cortarme las venas o dejármelas largas* con 1.1 millones; *El cartel de los sapos*, 933 mil; *Cinco de mayo. La batalla*, 735 mil; *Me late chocolate*, 524 mil, y otras más que fluctúan entre los 100 y 250 mil espectadores.

Pero uno queda pasmado al constatar que de las 101 películas estrenadas en 2013, a 61 de ellas no asistieron a verlas ni 10 mil personas a cada una. Hay incluso algunas que no lograron ni 300 asistentes. Son películas, hay que decirlo, que no cumplen su misión: ser vistas. Y no se necesita ser detective para descubrir que ahí se encuentra uno de los nudos fundamentales de nuestro cine. Un porcentaje mayoritario de las películas que se producen en el país no acaban por cumplir su ciclo, es decir, ser conocidas por su público natural.

Cierto, el cine debe y puede producir cintas para muy diversos públicos, incluso para nichos específicos, no masivos. Porque bien vistas las cosas no existe un público como monolito, sino públicos en plural que tienen necesidades, gustos y sensibilidades diversas. Pero, como dice aquel famoso comercial, "todo con medida".

En contraste, nuestros cines están más que abiertos a las cintas estadounidenses. El 79 por ciento de los espectadores que fueron a los cines en 2013 lo hicieron para ver películas de Hollywood. Ya señalábamos antes que el 12 por ciento fue para el cine nacional, el 4 por ciento para el europeo, el 1 por ciento para el latinoamericano y otro 4 para el resto de los países. No se trata de erigir una cortina de nopal, ni de pretender que México se aisle de las ten-

dencias internacionales, pero algo seguramente se podría hacer para equilibrar un poco esos porcentajes tan abismales. En otros países, existen reglas para fomentar la exhibición de los productos locales, partiendo de la idea de que la diversidad cultural merece y reclama ser recreada en un mercado más que desigual y excluyente.

A pesar de todo, el número de pantallas en el país sigue creciendo. Contamos con 5,547 pantallas, 4 por ciento más que en 2012. No obstante, las mismas se encuentran más que concentradas. Solo alrededor de 150 municipios, que concentran al 56 por ciento de la población, tienen cine. Ello quiere decir en buen español que el 44 por ciento de los mexicanos no tiene un cine en su localidad. Llama la atención que en el último año en Colima (17), Querétaro (63) y Tlaxcala (27) se abrieron un buen número de salas; mientras en Coahuila o Michoacán se cerraba por lo menos una. Hay, eso sí, circuitos independientes que empiezan a despuntar o que son de larga data. Son la expresión de una necesidad: contar con opciones más allá de las que ofrecen los exhibidores comerciales. Porque no deja de ser paradójico que en un mundo marcado por la diversidad de culturas, lenguajes, expresiones, los grandes circuitos comerciales tiendan a la homogeneización de los gustos bajo la hegemonía del cine norteamericano.

También los festivales, en buena hora, siguen multiplicándose. Casi no hay estado de la República que no tenga por lo menos uno. Y en los últimos diez años se han inaugurado 46. Son una expresión de que el cine sigue concitando adhesiones, que hay públicos en busca de manifestaciones que no encuentran fácilmente, que desean ver y evaluar lo que se produce en el ancho, complejo y diferenciado planeta.

Hay un apartado del *Anuario* que merece especial atención. El cine que se transmite por televisión. Porque ya sabemos que la vida de las películas no termina con su exhibición en las salas, sino que luego, algunas, son reproducidas una y otra vez en las antes llamadas pantallas chicas. Y dado que el 95 por ciento de los hogares mexicanos cuentan con ese fabuloso aparato, no es menor lo que sucede con el cine proyectado por la televisión. En 2013 se tras-

mitieron 5,064 películas por televisión abierta, de las cuales 1,379 fueron mexicanas. Al día, en promedio, se transmiten 4 cintas nacionales en la televisión abierta y la mayoría de los paquetes de la televisión de paga incluyen al menos un canal especializado en películas mexicanas. Esta última, la televisión de paga, tiene ya una cobertura de alrededor de 22 millones de personas, digamos el 20 por ciento de la población y seguramente seguirá creciendo.

Luego de las telenovelas, los largometrajes son el producto más visto. Se calcula que la película más vista en 2013 por televisión fue *Shrek para siempre* con 4.1 millones de espectadores. Y la más vista de las mexicanas por televisión abierta fue *Voces inocentes* con 2.8 millones de telespectadores. Cifras para nada despreciables. Puede afirmarse que la segunda —si no es que la primera— ventana para el cine es paradójicamente la televisión. ¿Qué dirían aquellos que imaginaron que con la extensión de la televisión el cine se extinguiría? Algo muy similar a los que especularon que el teatro saldría de la escena con la irrupción del cine.

Y luego de la televisión, hay que tomar en cuenta, como lo hace el *Anuario*, otras plataformas para el cine. Los DVD y los *Bluray* son medios que por vías institucionales o piratas ponen películas al alcance de millones de ciudadanos. El *Imcine* expone información sobre el número de cintas mexicanas que se encuentran en las nuevas fórmulas de reproducción, sus nombres, los meses que transcurren entre su exhibición en las salas y su aparición como discos para reproducir, la infraestructura comercial existente y su distribución en el país, incluso las películas mexicanas disponibles en esos medios en tiendas virtuales del extranjero. Pero también —creo que para sorpresa de muchos— le sigue el rastro al mercado “no legal” y al origen de las copias distribuidas en el comercio informal. A fin de cuentas, dado que los pobres han sido expulsados de las salas de cine comercial, ese llamado comercio informal los pone en contacto con las cintas que no pueden apreciar en los multicinemas.

Y la vida de las películas continúa. En Internet todos los días crece la oferta. Y el *Anuario* sigue también ese rastro. Las pla-

taformas de distribución digital van multiplicando sus ofertas de cine mexicano y el *Imcine* nos informa cuántas películas mexicanas contienen, por ejemplo, los catálogos de Netflix, iTunes, Vudu y muchas otras. Incluso se metieron a YouTube para descubrir cuáles largometrajes y *trailers* ofrece esa enorme bodega de material audiovisual.

Cuando el *Anuario* nos informa de la presencia de películas mexicanas en el extranjero, nos enteramos de que estas se vieron en por lo menos 41 países en 2013. En Estados Unidos se estrenaron 17 filmes, 8 en España y Francia, mientras en Bolivia 6. Parecen números menos que modestos y surge la pregunta si la producción mexicana no podría multiplicar su presencia por lo menos en los países iberoamericanos y en las amplias zonas de Estados Unidos donde se asientan nuestros conciudadanos.

Pero el cine no es solo una industria, es también una expresión cultural y, en ocasiones contadas, incluso arte. Y el apartado de los premios alcanzados por el cine nacional en el extranjero algo nos dice de eso. En 2013 fueron 127 los premios internacionales conseguidos por películas mexicanas. *Heli*, *La jaula de oro*, *Club Sándwich* o *Los insólitos peces gato* fueron reconocidas en Cannes, San Sebastián o Mar del Plata. Y es que sus directores saben y explotan las capacidades expresivas, no rutinarias, que ofrece el cine. Porque, como cualquier otro lenguaje, el cinematográfico puede ceñirse a rutinas y fórmulas preexistentes o adentrarse en la innovación, la búsqueda, la excelencia a la que se llega por vías no convencionales.

En fin, el *Anuario* puede y debe convertirse en un insumo fundamental para discutir los logros, posibilidades y obstáculos entre los que se reproduce nuestro cine. Porque al final de cuentas, y por fortuna, no podemos ni queremos prescindir de nuestro cine, que nos ha acompañado y nos acompañará a lo largo de nuestras vidas. Y estas serán mejores si los productos culturales a los que tenemos acceso resultan expresivos de los múltiples dilemas que las acompañan. **U**

Anuario estadístico de cine mexicano 2013, Instituto Mexicano de Cinematografía, México, 2014, 261 pp. (Se puede descargar en la página web del *Imcine*: <http://www.imcine.gob.mx>)