

Imcine: Información con sentido

José Woldenberg

El *Anuario estadístico del cine mexicano* se está convirtiendo en una noble tradición. Cada año sus mediciones documentan las altas y bajas de nuestro cine y es un momento estelar para retomar una reflexión colectiva. En efecto, a través de él se pueden reconstruir las vicisitudes de esa industria que al mismo tiempo es un fenómeno cultural y en ocasiones arte. Lo sabemos pero vale la pena repetirlo: sin información pertinente es imposible realizar diagnósticos certeros. La información es la piedra de toque de todo ejercicio analítico y sin ella lo que se desatan son espirales de especulaciones sin fin. Un deporte nacional con fuerte arraigo.

¿Qué nos dice la información sobre el año 2014? Que la producción de películas sigue incrementándose: 130 ese año. Cuatro más que en el 2013, pero hay que recordar que en este último año hablábamos de la cifra más alta desde 1959. Si recordamos los magros años noventa y los primeros del siglo XXI en los que se filmaron 17, 16, 8, 11, 19, 28, 21 y 14 (de 1995 a 2002), las cifras resultan espectaculares. En 2014 se produjeron lo que en ocho años no tan lejanos (134 contra 130).

Veintiséis películas fueron coproducciones. En esos proyectos participaron 19 países diferentes. Se trata del 20 por ciento del total. Quiero pensar que eso no sólo constituye una inyección extra de recursos sino la posibilidad de llegar a un número mayor de mercados. Porque ese parece uno de los retos mayores de nuestra cinematografía: trascender las fronteras e incursionar en otras latitudes.

El costo promedio de los filmes de ficción fue de 20 millones de pesos, lo que representa un costo promedio menor que el del año anterior en un 10 por ciento.

Imagino que la explicación quizá tenga que ver con las nuevas tecnologías o con que los cineastas se están apretando el cinturón.

La cifra de documentales también arroja la mayor producción de los últimos cinco años: 45, mientras los números de los años precedentes fueron: 2010, 39; 2011, 38; 2012, 34; 2013, 30. La tendencia decreciente no sólo se remontó sino alcanzó una cima superior a la de los años anteriores. Y los cortometrajes arribaron a la nada despreciable cifra de 535, 175 más que en 2013, aunque menos que en el 2012 (622).

No creo entonces exagerar si digo que en términos de números la producción sigue una tendencia venturosa. Toca, en lo fundamental, a los propios cineastas y “gente de cine” abrir la discusión sobre la calidad, pertinencia e impacto de sus obras.

Los cuellos de botella —y no descubro nada— se encuentran en la distribución y exhibición de nuestro cine, aunque hay algunas noticias que merecen subrayarse y quizá festejarse.

Un total de 240 millones de personas pagaron boletos para ir al cine (8 millones menos que en 2013). De esos 24 millones fueron a ver cine mexicano (10 por ciento), seis millones menos que en 2013 (30.1 millones). Ello se explica por dos sucesos filmicos del 2013. El impacto de dos películas —*No se aceptan devoluciones* y *Nosotros los Nobles*— a las que fueron a ver 22.3 millones de personas. Pero claro, aun así, se trata de cifras demasiado agregadas.

Los ingresos totales de taquilla ascendieron a 11,237 millones de pesos, 5 por ciento menos que en 2013 (11,860).

Las reinas de la taquilla siguen siendo películas norteamericanas. *Maléfica* llevó 12.2 millones de personas a los cines y re-

caudó más de 596 millones de pesos. *Río 2*, 9.1 millones de espectadores y 403 millones de ingreso. Y *Transformers 4. La era de la extinción*, 8.6 y 435, respectivamente. Si quiere completar la información asómese al *Anuario*.

Pero hay que consignarlo: a algunas películas mexicanas no sólo les fue bien sino muy bien. *La dictadura perfecta* metió a las salas 4.2 millones de espectadores y *Cáse quien pueda*, 4. Son dos cintas que se inscriben en las 10 más vistas en los últimos 15 años. *La dictadura...* sólo superada por *No se aceptan devoluciones* (15.2 millones), *Nosotros los Nobles* (7.1) y *El crimen del padre Amaro* (5.2), y *Cáse quien pueda* empatada con *Una película de huevos*. La película de Luis Estrada recabó 189 millones de pesos en taquilla y la de Marco Polo Constandse 168.

Ocho películas fueron vistas por más de un millón de personas. Algo digno de celebrarse. Hay que sumar a las dos anteriores las siguientes: *Cantinflas*, 2.8 millones; *La leyenda de las momias de Guanajuato*, 2.3; *¿Qué le dijiste a Dios?*, 1.7; *El crimen del cácaro Gumaro*, 1.5; *Más negro que la noche*, 1.4; y *Guten Tag, Ramón*, 1.2. Hay otras doce que fluctúan entre los 100 mil y 604 mil espectadores. Otras 9 alcanzaron entre 16 mil y 68 mil. Y 6 no llegaron siquiera a los 12 mil boletos vendidos. Como diría el clásico, un desarrollo demasiado desigual y combinado.

Además el *Anuario* ofrece información sobre la asistencia al cine por estados de la República (D. F., Jalisco, Nuevo León y Veracruz van a la cabeza y en la cola se sitúan Tlaxcala, Baja California Sur y Zatecas), aunque, claro, habría que hacer el ajuste sobre el número de habitantes. De todas formas, el 27 por ciento de las asis-

tencias se producen en la ciudad capital. Otro destello de nuestro centralismo.

Resulta interesante rastrear el número de copias con las que se estrena cada película. Las hubo que arrancaron con más de 400 y en el otro extremo las que apenas hicieron una, dos o tres copias. Al final, sin embargo, nuestras pantallas son sobre todo para el cine de Hollywood. Aunque esas películas representaron el 52 por ciento de los estrenos, concentraron el 87 por ciento de la asistencia total. El cine mexicano registró el 17 por ciento de los estrenos y el 10 por ciento de los espectadores, y el restante 3 por ciento fue para las películas europeas. El 5 por ciento de las pelis, como dicen los chavos, fueron latinoamericanas, pero las fue a ver sólo el 0.1 por ciento de asistentes a las salas. Apenas pintan, como suele decirse.

La infraestructura para la exhibición crece, aunque no sé si el ritmo sea el adecuado dado el también crecimiento de la población. Se cuenta con 5,678 pantallas, 2 por ciento más que en 2013; de ellas más del 90 por ciento son digitales. Pero su distribución, como todo en nuestro país, es más que desigual. Mientras en Nuevo León existe una pantalla por cada 11 mil habitantes, en Chiapas hay una por cada 67 mil. No extraña, pero indica que también las posibilidades de acceso al “cine en el cine” son más que diferenciadas.

Cineclubes hay. El *Anuario* contabiliza 380; 80 más que el año anterior. Esos circuitos alternativos normalmente están diseñados para ofrecer “otro cine”, el que muchas veces no se encuentra en los circuitos comerciales. De tal suerte que su crecimiento debe ser visto como un buen signo. Quizá se está desarrollando una cinefilia superpuesta a la comercial. Digo, quizá.

En esa misma dirección, el *Anuario* detectó más de cien festivales cinematográficos en el país a lo largo de 2014. Casi en todas las entidades hay por lo menos uno. Los hay especializados (cine infantil, derechos humanos, diversidad sexual, género, medio ambiente, animación, terror, cortos, documentales) y genéricos, pero en conjunto ilustran la vitalidad que marca a la actividad cinematográfica. Un buen número apenas tiene una edición pero otros

se encuentran consolidados. De todas formas son una fórmula para arribar a expresiones que de otra manera no tendrían visibilidad.

La segunda vida de las películas suele ser su paso —y en algunos casos su permanencia perpetua— en la televisión. Ahí adquieren nueva savia, entran en contacto con un público inédito o vuelven a ser vistas por quienes alimentan la nostalgia.



En 2014 se transmitieron 5,780 películas por la televisión abierta y de esas el 29 por ciento fueron mexicanas. Según el *Anuario* una persona ve en promedio 7 películas mexicanas al año a través de la televisión. Y entre ellas, la campeona fue *La misma Luna*, vista por 4.5 millones de televidentes. Todos los canales transmiten películas, pero los campeones son el 5 y el 7, de Televisa y Tv Azteca, respectivamente, pero los especializados en cine mexicano son el 2 y el 9, ambos de Televisa.

La televisión de paga también es otra ventana del cine. Hay incluso canales especializados en cine mexicano como Cine Mexicano, De Película, Canal 2 Delay. Y el *Anuario* informa de cuáles fueron las más vistas. Por ejemplo, se calcula que en el canal De Película, *Los gavilanes* fue observada por 200 mil televidentes.

La tercera vida de las películas ahora suele ser la que se reproduce a través de los DVD y Blue-ray. Se trata de la buena costumbre que tienen algunos de armar su propia cineteca. En ella aparecerán develados los gustos, obsesiones y fobias de cada quien. Seis de las 8 películas mexicanas más vistas en 2014 ya se encontraban

en esos formatos en el mercado y el 33 por ciento de las estrenadas ya estaban también en dichos soportes. “El promedio de tiempo entre el estreno en salas y su lanzamiento en DVD fue de tres meses”, mientras en 2013 fue de ocho meses.

Incluso el *Anuario* da cuenta de las “tiendas virtuales” en las que se puede conseguir cine mexicano y da fe del desarrollo del llamado “comercio informal” o pirata. Informa del desarrollo de la plataforma digital Cinema México “para distribuir videos bajo demanda a través de internet”, que parece una de las fórmulas no del futuro, sino del presente. Por supuesto, existen ya otras plataformas y el lector podrá conocer cuáles catálogos ofrecen más cine mexicano. También se enterará de los filmes mexicanos que están vivos en la Red o específicamente en YouTube.

Una novedad pertinente aparece en el *Anuario* de 2014: “las estrategias de medios de películas mexicanas” o, para decirlo de otra manera, cómo se anuncian y promueven las cintas. Su presencia en los medios tradicionales (televisión, radio, periódicos y revistas) pero también en las llamadas redes sociales. Y lo que llama la atención es que en ese renglón también hay un déficit importante. En 2013, por ejemplo, el 54 por ciento de las películas mexicanas estrenadas no tuvo ninguna publicidad en medios. Pero en 2014 el asunto fue a peor: el 62 por ciento careció de publicidad alguna en los medios. El 24 por ciento de las películas estrenadas en 2014 tampoco tuvieron promoción en las redes y cuando se mide la presencia de las películas en Twitter o Facebook la situación es marcadamente asimétrica.

Estamos ante un informe obligado para todos aquellos que algo tienen que ver con la industria cinematográfica. También para los que comentan sobre su situación y perspectivas y analizan de manera profesional lo que sucede en esta área específica del quehacer creativo. Pero lo recomiendo también para el simple curioso (como yo) que quiere saber lo que sucede en el entrañable y hoy vital cine mexicano. **U**

Anuario estadístico del cine mexicano 2014. Statistical Yearbook of Mexican Cinema, Coanaculta/Instituto Mexicano de Cinematografía, México, 2015, 308 pp.