



Arena colicielo

La globalización y exhibición del cine mexicano

Mexican cinema's globalization and its exhibition

Narce Dalia Ruíz Guzmán

Resumen

El neoliberalismo económico instituido en México a partir de la firma del Tratado de Libre Comercio, la disolución de la compañía distribuidora de cine que pertenecía al Estado Mexicano (COTSA) y el crecimiento de las salas múltiplex en la década de los noventa, marcó el destino de la exhibición del cine mexicano. La globalización afecta los contenidos audiovisuales y el cine mexicano actualmente ha tenido que buscar espacios para lograr reencontrarse con sus espectadores.

Palabras clave: globalización, exhibición, cine mexicano, excepción cultural, industria cinematográfica.

Abstract

The economic neoliberalism instituted in Mexico since the signing of NAFTA, the dissolution of the film distribution company belonging to the Mexican State (COTSA) and the growth of multiplex theaters in the nineties, sealed the fate of the distribution of the Mexican Cinema. Globalization affects audiovisual content and the current Mexican cinema has had to find space to meet his audience.

Key Words: globalization, exhibition, mexican cine, cultural exception and movie industrie.

La industria del cine en México, vio sus mejores días en la feliz época de los cincuentas, ahora conocida como la época de oro del cine mexicano. El Estado promovía la cinematografía mexicana a lo largo y ancho de Latinoamérica; el consumo interno era boyante, al ser el único medio de entretenimiento masivo audiovisual, y con un costo bastante accesible para la población.

En la actualidad, el alto costo de las entradas al cine y el prejuicio nacional que se ha formado en los espectadores/público respecto a su cinematografía gracias a la decadencia del cine mexicano con las películas de ficheras, las de los hermanos Almada, entre otras, ha provocado que la industria del cine mexicano esté viciada.

Contrario a lo que pasa en países como España o Argentina, en México las principales cadenas de exhibición cinematográfica son mexicanas. Organización Ramírez, con más del cincuenta por ciento de las pantallas nacionales, es el claro líder, seguido por Cinemex, después de haber adquirido a MMCine-mas, se ha convertido en la segunda más grande compañía de exhibición de cine en México. Existen otras empresas como Lumiere y Cinemark que son extranjeras y otras pequeñas compañías familiares que están sobre todo en Estados de provincia.

Actualmente la producción de cine mexicano está al orden de noventa películas al año. Según la compañía AC Nielsen en el 2009 se estrenaron cuarenta y dos películas mexicanas; de las cuales, sólo una rebasó el millón de espectadores de los 182 millones que anualmente asisten a las salas de cine.

Películas mexicanas bastante más ambiciosas –antes exhibidas y algunas veces premiadas en foros extranjeros– languidecieron en cartelera sin atraer a más de 40 mil espectadores cada una. Ese fue el caso compartido de *Los bastardos*, *Cinco días sin Nora*, *Cochochi*, *Desierto adentro*, *Intimidaciones de Shakespeare* y *Victor Hugo*, *Rabioso sol*, *rabioso cielo*, *Voy a explotar* y *Wadley*. (Leonardo García Tsao, La Jornada.)

Entonces los números puros nos indican que, siendo optimistas, de esos 182 millones de espectadores, podrían ser alrededor de tres millones de espectadores los que ven cine mexicano. ¿Los 179 millones restantes, están expuestos a una cinematografía globalizada u homogeneizada por las grandes compañías de distribución de cine norteamericano, como la *Warner Bros.*, *la Paramount*, *Columbia*, etcétera?

Películas mexicanas vs. Hollywood

México cuenta con una larga tradición cinematográfica, el problema es que por las medidas políticas tomadas en el pasado, la industria en la actualidad no es redituable. Hay que tener en cuenta que la gran mayoría de las películas mexicanas que tienen estreno comercial no logran obtener el retorno de la inversión hecha.

1. De un total de exhibiciones en todos los cines de México, se debe de hacer un hueco que equivale a un porcentaje de sus proyecciones a cine mexicano.

“

En esta educación no formal se inserta la educación por medio de los museos, donde las tareas de difusión aunado a las tecnologías de la información, han dado lugar a la educación virtual

”

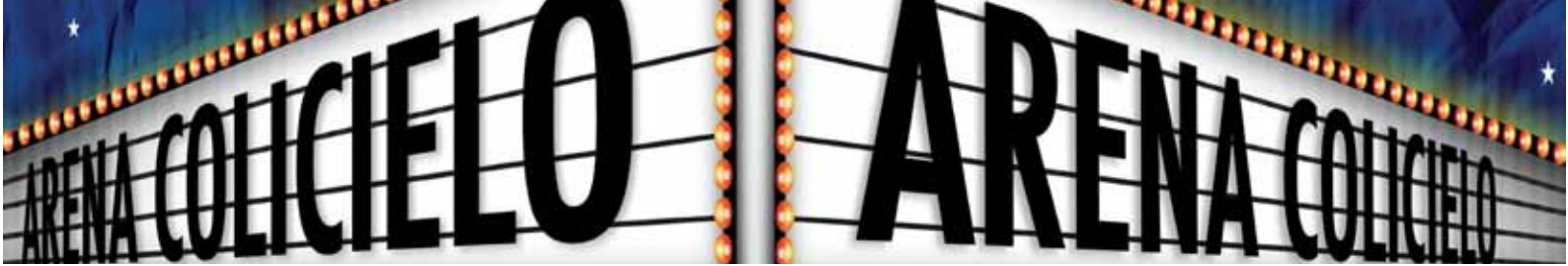
En el sexenio de Luis Echeverría (1970-1976), el cine era una cuestión de Estado. Cuando entró a gobernar Carlos Salinas de Gortari y en 1994 firmó el Tratado de Libre Comercio, a diferencia de Canadá, no puso al cine como excepción cultural, y es así que éste compite con la industria de los países del TLC en la misma línea que lo hace la industria automotriz o la de agricultura.

El problema mayor es que la industria del cine mexicano actual, pareciera no tener con qué defenderse ante la poderosa industria de cine norteamericano. Al no poner en México la excepción cultural en el cine (cosa que los europeos defendieron mucho durante la legislación para conformar la comunidad europea), tenemos que competir en cartelera y sin cartas a favor contra los *blockbusters* veraniegos como *Iron Man* y *Toy Story*.

Si una película del tipo de *Spider Man* tiene una campaña de publicidad de alrededor de los diez millones de pesos, en el caso de las películas mexicanas, es un gran logro siquiera llegar al par de millones, que son pocas las producciones que acceden a ello, la mayoría pasan sin pena ni gloria en el aspecto de la publicidad.

En la antigua ley de cinematografía antes de su última renovación en 1992, se preveía una cuota de pantalla del cincuenta por ciento para el cine mexicano. Esta condición permitía que la industria cinematográfica trabajara con toda la maquinaria para poder completar esta cuota. Aún así en la década de los setenta y más aún en la década de los ochenta, ésta ya no se cumplía. Es por ello que en la legislación actual se cambió este apartado a manera de que quedará en la una cuota del diez por ciento, que aún con su disminución no se cumple.

La firma del Tratado de Libre Comercio y la desaparición de COTSA (Compañía Operadora de Teatros, S.A.) en la década de los noventa, afectó el destino de la exhibición del cine mexicano. Con la aparición del VHS hubo un momento en la historia en que realmente se pensó que el cine desaparecería en su formato para sala de cine; que sólo se quedarían los “video home” y las pe-



Detalle de Arena colicielo

lículas hechas para televisión. No obstante, al proliferar las multisalas y apostar de nueva cuenta por la producción cinematográfica pensada para estrenar en el cine, hay un optimismo también en la industria nacional y ahora se bautiza el como “Nuevo Cine Mexicano”.

Sin embargo, en las salas de cine, los programadores por compromisos con las grandes compañías de distribución norteamericanas, proyectan en su mayoría películas de Hollywood que tienen un aparato de publicidad y mercadotecnia importante. El estrenar películas mexicanas en salas de cine comercial se vuelve un acto de fe más que un negocio, es por ello que el sistema se vicia. No se estrenó *Cilantró y Perejil* por tener excelentes actuaciones y una buena crítica, sino con la esperanza de que dure más de un fin de semana en cartelera; algunas películas mexicanas logran pasar ese primer fin de semana y otras no. Es así que, al caer la producción y cambiar las reglas del juego, el cine mexicano ha tenido que buscar espacios para poder lograr encontrarse con su espectador.

Aún y cuando la cuota de pantalla para el cine mexicano fuese del cincuenta por ciento, los espectadores no se ven beneficiados porque en realidad a los que ayudaba esta cuota era a los productores y a quienes se dedicaban a esta industria. Se trataba de una especie de círculo virtuoso donde, al haber más dinero para hacer películas, se producían de mejor calidad; los exhibidores se interesaban en ellas y el público en general las aceptaba. La interrogante está en que en la década de los setenta y ochenta, con la cuota de pantalla del cincuenta por ciento instituida, la industria decayó por una serie de factores, entre los cuales están los tecnológicos como: las antenas parabólicas, las video caseteras, entre otros.

“ En su época dorada, el cine mexicano producía sobre todo melodramas, jocosas comedias y pocos, poquísimos, filmes de suspenso y terror. ”

Un diez por ciento de cuota de pantalla que se tiene en la actualidad no es lo ideal, pero es la misma industria la que tiene que ir ganando terreno con productos que generen interés en los espectadores, para de esta manera ir aumentando esta cuota.

En su época dorada, el cine mexicano producía sobre todo melodramas, jocosas comedias y pocos, poquísimos, filmes de suspenso y terror. En la década de los cincuenta, en el cine mundial, al igual que en el mexicano, los filmes consagrados eran sobre todo dramas y películas de suspenso del afamado director Alfred Hitchcock. Si hacemos ese mismo comparativo, de películas taquilleras y consagradas por la crítica en estos primeros nueve años transcurridos del nuevo milenio, encontraremos que, la taquilla del mundo se encuentra sobre todo películas de fantasía, ciencia ficción, acción y animación.² En México, mientras tanto, lo que se sigue produciendo son películas dramáticas, de comedias, películas intimistas y de denuncia.

¿Cómo hacemos para que el cine mexicano compita en esta sociedad globalizada?

Primero es importante ceñirnos a un concepto de globalización, según García Canclini:

El relato más reiterado sobre la globalización es el que narra la expansión del capitalismo post-industrial y de las comunicaciones masivas como un proceso de unificación y/o articulación de empresas productivas, sistemas financieros, regímenes de información y entretenimiento. (1998:2)

Basándonos en este concepto, el mercado de la exhibición es un dependiente directo del de la distribución; y éste, aunque tiene alrededor de veintidós compañías, pareciera que está monopolizado por ese proceso unificador que lo representan las grandes compañías distribuidoras de cine de Hollywood.

La industria del cine, en el caso específico de México, no funciona aún como tal, pero tampoco se defiende como un bien cultural, porque no recibe la protección suficiente por parte del gobierno. Busca su identidad entre el triunfo en festivales de cine en el extranjero y el desdén del público doméstico.

2.Fuente www.imdb.com Internet movie data base.

La clave efectivamente está en que aún y cuando los formatos son industrializados, la influencia global hace que el público busque un tipo de contenido, de historia o de formato con el que no necesariamente se siente identificado, pero que le da tranquilidad porque ya lo conoce. En cambio, las estrategias culturales en México no han logrado que los públicos –por lo menos los nuevos–, se formen bajo la identidad cultural que proporciona ese maravilloso espejo que es el cine. Y al reducir la ayuda para hacer películas y libros, ganan lugar los países o las compañías trasnacionales que si tienen dinero para llenar esos huecos de contenido producidas por decisiones políticas.

Es importante recordar que las compañías globalizadas no sólo han sido instrumentos de influencia ideológica, pareciera que no es esa su principal preocupación sino el aspecto económico. Durante el mandato del ex Presidente Vicente Fox, se quería promover una medida, en la cual, de cada boleto que se pagara para ir al cine, a ver, ya fuera una película nacional o extranjera, un peso de cada entrada iría a un fondo para la producción nacional de cine.

Obviamente las distribuidoras estadounidenses se molestaron mucho, alegando de cómo era posible que las arcas del IMCINE (Instituto Mexicano de Cine) se fueran a enriquecer con el pago por los boletos para ir a ver a *Harry Potter*. Esta medida causó mucha polémica y nunca llegó a entrar en vigor; fue desechada gracias a la gran influencia de esas compañías trasnacionales que representan los intereses de las producciones de Estados Unidos.

Detalle de Arena colicielo



3. http://www.sat.gob.mx/sitio_internet/asistencia_contribuyente/informacion_frecuente/salarios_minimos/default.asp

“ Las estrategias culturales en México no han logrado que los públicos –por lo menos los nuevos–, se formen bajo la identidad cultural que proporciona ese maravilloso espejo que es el cine ”

Según Canclini la unificación mundial de mercados simbólicos se convierte en una “máquina estratificante” que reordena las fronteras y no las liga tanto a una cuestión territorial sino a la desigual distribución de los bienes, se ven afectados también los espectadores de cine. Según Orissa Castellanos del IMCINE, México tiene excelentes salas y las mejores condiciones de exhibición de cine en el mundo. El problema es que el costo de la entrada del boleto va en aumento y no todos tienen acceso a él.

El promedio anual de asistencia al cine del mexicano, es 1.7 veces al año. En cambio, hay naciones como la brasileña donde el promedio es de cuatro veces al año. La media nacional es bastante baja, pero he aquí una breve exploración de las razones por las que se da:

1. Cuestiones económicas. El costo promedio por ir al cine –entrada y el *snack* que se consuma– es de \$80.00 por persona, y considerando el salario mínimo en el año 2011 para el estado de Nuevo León es de \$58.10³ que en algunas familias es el sustento de padre, madre e hijos; pues el ir al cine pareciera un lujo que no pueden darse.

2. Cuestiones históricas. La formación de pueblos y ciudades es muy dispersa. Hay estados, como en el de Puebla, donde hay 217 municipios. El que existan pueblos de entre cincuenta mil y cien mil habitantes desbalagados por todo el país, pareciera un público poco atractivo para una cadena de cine que requiere de inversiones millonarias para poner una sala *multiplex*. El punto anterior nos lleva reflexionar que si una cadena *multiplex* no está interesada en hacer una gran inversión en un pequeño pueblo, ese lugar se queda sin la oportunidad de tener acceso a la cinematografía en su estado ideal, que es en una sala oscura llena de butacas.

El que el cine mexicano no genere ganancias, lo estigmatiza y lo hace poco apetecible a la inversión de terceros; es decir productores de contenidos audiovisuales que a eso se dedican y que al parecer están desinteresados totalmente de inyectar energía, capital y tiempo a sanar una industria con tantos baches como lo es la del cine.

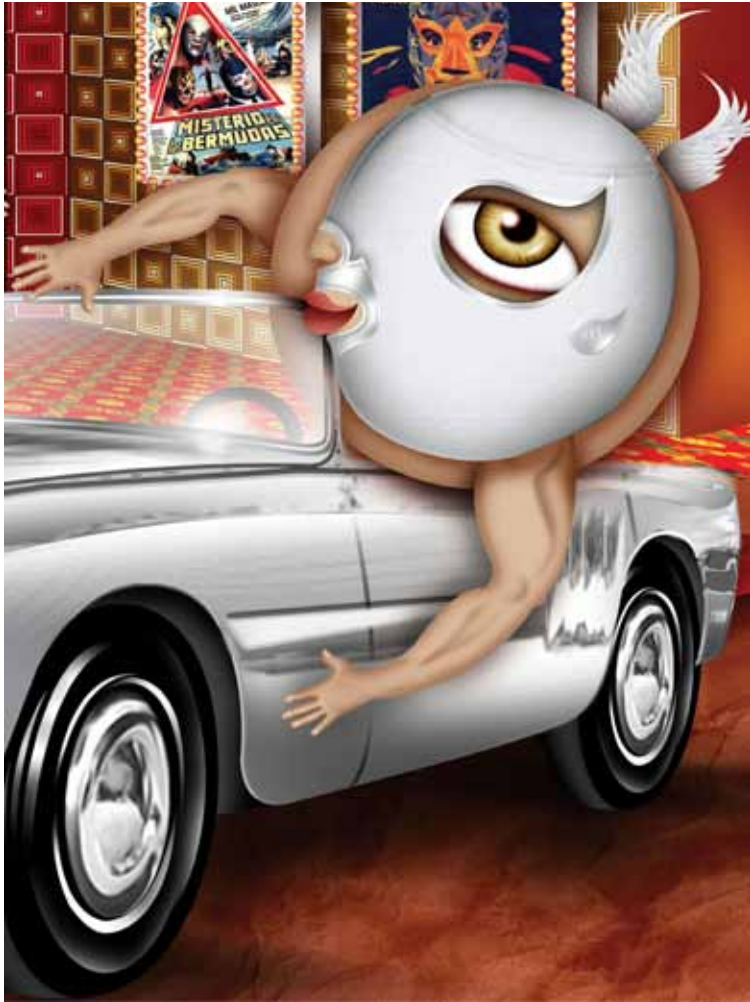
En España por ejemplo, el papel que juegan las televisoras para apoyar la industria cinematográfica es vital y de gran importancia. Además de que no sólo se beneficia la industria del cine, sino también la cadena de televisión, porque así no importa contenidos de otros países y nutre su parrilla de programación de producciones nacionales. Sin embargo, el principal “problema a atacar”, hablando precisamente de la globalización, es la creación de públicos.

Si las nuevas generaciones crecen viendo, tanto en la televisión y en el cine (los que tienen acceso), producciones de un solo país con un mismo lenguaje cinematográfico, en donde hasta la forma de actuar y el pensamiento muchas veces está estandarizado, no es de extrañar que cuando se exponen a películas de su propio país no les interese, porque no es el mismo lenguaje con el que han crecido.

Las películas que provienen de *Hollywood*, se llegan a estrenar hasta con 500 copias y recorren las salas de todo el país, para después entrar a los sistemas de renta, pago por evento, o exclusividad en canales *Premium* como *HBO* o *MovieCity*. En el caso de las películas mexicanas, las copias llegan a alrededor de seis ciudades, no más, y no todas tienen la oportunidad de contar con corrida comercial en otras ventanas como el pago por evento.

Pero como negocio que es, no tienen culpa de los propios programadores o exhibidores, sino que es un tema estructural que, si se quiere ser atacado, tiene que ser de raíz y desde distintos frentes.

“ El cine es un negocio y, como tal, tiene que generar ganancias. Esta idea está estigmatizada ya que algunas personas dedicadas a esta profesión, se han divorciado de la idea de que su película tiene que ‘hacer dinero’. Si el cine es un arte, debe ser tratado como tal, argumentan ”



Detalle de *Arena colicielo*

No hay que olvidar que el cine es un negocio y, como tal, tiene que generar ganancias. Esta idea está estigmatizada ya que algunas personas dedicadas a esta profesión, se han divorciado de la idea de que su película tiene que “hacer dinero”. Si el cine es un arte, debe ser tratado como tal, argumentan. Y eso provoca que no presten interés real en sanar la situación de la industria del cine nacional.

El historiador español José María Caparrós en alguna ocasión comentó que no todo el cine es arte o industria. La respuesta a tal duda se obtiene por contrastes. Y aunque la cinematografía norteamericana se rige casi exclusivamente por criterios capitalistas, parece haber encontrado en el cine de autor su lugar en este nuevo milenio.

En el panorama de la exhibición nacional, otras cinematografías del mundo, prácticamente no tienen presencia en la cartelera comercial, limitando así la diversidad cultural y la oferta de propuestas de países afines a la realidad y entornos en los que vive la sociedad mexicana.

Las televisoras en México, también manejan muy bien el juego de la globalización. Televisa, con su producción de telenovelas que llegan a los más recónditos países del mundo, ayuda al crecimiento de su emporio, sin embargo, en la actualidad no prestan ningún interés en apoyar a la industria del cine.

Muchos años de ver mal cine o películas mediocres, no se han podido subsanar en estos últimos años. Además, no hay el dinero suficiente para hacer el tipo de producciones que demanda el mercado en la actualidad, con efectos especiales, naves, ciencia ficción, películas multimillonarias que no sólo en su manufactura sino también en su promoción, dan un panorama bastante desesperanzador para el oficio de ser cineasta.

En México se necesitan más personas dispuestas a apostar y arriesgar, más personas dispuestas a romper con los tabús de la mentalidad acomplejada del mexicano. Gente como Gael García (Bernal), (Alfonso) Cuarón, (Guillermo) del Toro, siempre dispuestos a vivir en exilio para poder crear libremente y sin temores. Pero hay gente y organismos sociales que impiden que al mexicano se le rasgue su implícita inocencia de mexicano.

Por qué en países como Austria y Alemania, se hacen bastantes películas por año, de menor presupuesto que cualquier mexicana y de quizás aun menor calidad literaria, y sin embargo películas que siguen motivando a los austríacos y alemanes a sentarse con avidez en el cine (que lo mas barato es 8€) para ver películas locales.

Se necesita gente joven en nuestro país que pueda dar una nueva vitalidad no solo literaria sino económica y no solo a nuestro cine, sino a México.” Solórzano, Fernanda (2007)⁴

4. Comentario de César Morales (un lector) escrito el 17 de abril de 2007 sobre el texto de Fernanda Solórzano: El lugar del espectador. ¿Para quién es el cine mexicano reciente?

Bibliografía

- Abad Tijerina, M. J.** (2001) “¿Para qué sirve el cine comercial en la aldea global? La India como un caso singular”. *Arte, Individuo y Sociedad*, N° 13, pp. 159-170.
- Arredondo, I.** (2010). *Palabra de Mujer*. México. Universidad Autónoma de Aguascalientes.
- Arriaga-Jordán, G.** (2002) “Panorama del cine mexicano”. *Academia: Revista del Cine Español*, ISSN 1136-8144, N° 32, págs. 119-125
- Aviña, R.** (2004). *Una Mirada Insólita: Temas y géneros del cine mexicano*. México. CONACULTA/Océano.
- Casas, A.** (2006) “Guillermo Arriaga: Lucha por la excepción cultural dentro de las reglas que tenemos” *Estudios Cinematográficos*. No. 29 febrero-abril, pp. 35-44
- Chikhaoui, T.** (2009) “El cine, las imágenes, la alteridad y los jóvenes”. *Quaderns de la Mediterrània = Cuadernos del Mediterráneo*, ISSN 1577-9297, N° 11, págs. 232-236
- De la Vega Alfaro, E.** (1992) “Cine e Industria cultural en México: ¿Hacia un nuevo enfoque sociológico?”. *Comunicación y Sociedad*, enero-agosto, pp. 211-234
- De la Vega Alfaro, E.** (1994) “Evolución y estado actual de la investigación sobre cine mexicano”. *Universidad de Guadalajara, CC-DOC ITESO-CONACYT*, pp. 205-215.
- Estados Unidos Mexicanos.** (1992) *Diario Oficial de la Federación, Ley Federal de Cinematografía*, diciembre.
- García Canclini, N.** (2005) “Todos tienen cultura: ¿Quiénes pueden desarrollarla?”. *Seminario sobre Cultura y Desarrollo*, en el Banco Interamericano de Desarrollo, Washington, 24 de febrero de 2005.
- García Canclini, N.** (1999) **Luís Calvo i Calvo (trad.)** “De la identitat a la interculturalitat: l'antropologia en la globalització” *Revista d'etnologia de Catalunya*, ISSN 1132-6581, N° 15, págs. 36-45
- García Canclini, N.** (1998) “La globalización en pedazos”, en *Diálogos* No. 51, mayo de 1998.
- García Canclini, N.** (1999) “La globalización imaginada”. Bs.As.: Editorial Paidós.
- García Tsao, Leonardo.** “¿Quién quiere ver cine mexicano?”. *Editorial. La Jornada*. 06 junio 20
- Gómez García, R.** (2005) “La Industria Cinematográfica Mexicana 1992-2003 Estructura, Desarrollo, Políticas y Tendencias” *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, diciembre, año/vol XI. Número 022, Universidad de Colima, pp. 249-273.
- Gómez, L.** (1998) “El reto, encontrar soluciones. Entrevista con el exhibidor Alejandro Ramírez”. *Estudios Cinematográficos*. ISSN: 0188-8056 No. 14 octubre-diciembre, pp. 31-32
- Gomez Jara, Francisco y Delia Selene de Dios.** (1973). *Sociología del Cine*. México. SEPSetentas Diana.
- Huerta, César.** (2003) “Cae Taquilla y público del cine mexicano”. *Editorial. REFORMA*. 29 dic. 2003.
- Joskowicz, Alfredo.** (2006) “El cine y la diversidad cultural”. *Estudios Cinematográficos*. Febrero-abril, pp. 72-90.
- Matute Villaseñor, P.** 2006 “Los Retos del Cine Mexicano”. *Razón y palabra*, ISSN 1605-4806, N° 49,
- Medrano Platas, A.** 1999. *Quince Directores del Cine Mexicano*. México. Plaza y Valdes Editores.
- Mitchell, W.J.T.** “Mostrado el ver: Una crítica de la cultura visual” *Estudios Visuales*. Diciembre 2003, pp. 17-40
- Pâquet, A.** (2002) “Cine y Urbanidad o el caballo de Troya de Hollywood”. *El ojo que piensa*.
- Sánchez Ruiz, E. E.** (2004) “El Empequeñecido Cine Latinoamericano y la Integración Audiovisual” *Comunicación y sociedad*, julio-diciembre, pp. 9-36.
- Thoreau Bruckner, R.** (2009) “El instante y la oscuridad: el momentum del cine”. *Estudios visuales: Ensayo, teoría y crítica de la cultura visual y el arte contemporáneo*, ISSN 1698-7470, N° 6, págs. 112-129
- CANACINE** www.canacine.org.mx
- IMDB** www.imdb.com.mx
- LA HUELLA DIGITAL** www.lahuelladigital.com
- SHCP** www.sat.gob.mx



**Narce
Dalia
Ruíz Guzmán**

Nació en la ciudad de Monterrey, N.L. en el año de 1977. Después de estudiar la licenciatura en Ciencias de la Comunicación en la Universidad Autónoma de Nuevo León, se fue a estudiar a España en la ECAM (Escuela de cinematografía y del audiovisual de la comunidad de Madrid) donde realizó diversas prácticas de cortometrajes. En la actualidad es programadora asociada del Festival Internacional de Cine de Monterrey, tiene varios proyectos para la producción de cortometrajes en el 2011 y colabora regularmente con la programación de ciclos de cine de la Capilla Alfonsina.

contacto: narceruiz@gmail.com