

UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA

Estudios con Reconocimiento de Validez Oficial por Decreto Presidencial
Del 3 de abril de 1981



LA VERDAD
NOS HARÁ LIBRES

UNIVERSIDAD
IBEROAMERICANA

CIUDAD DE MÉXICO ®

“CARTOGRAFÍA CINEMATOGRAFICA
Latitudes de la industria del cine mexicano”

TESIS

Que para obtener el grado de

MAESTRO EN COMUNICACIÓN

Presenta

GINÉS ALFONSO NAVARRO PALAZUELOS

Director: Dr. Andrés Barradas Gurruchaga

Lectores: Dra. Ana María Torres Arrollo

Mtro. Fernando Moreno Suárez

Ciudad de México, 2019

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN

CADA PELÍCULA UN VIAJE

CONTEXTO

MARCO TEÓRICO

METODOLÓGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

CAPÍTULO I.

CINE MEXICANO E INDUSTRIA

1.1. ¿Hay industria del cine en México?

1.2. Antes y después del corte, los procesos fílmicos y post-fílmicos

1.3. El caso de *La Cuarta Compañía*

CAPÍTULO II.

MECANISMOS DE CONTROL

2.1. Políticas Culturales

2.1.1. Eficine 189

2.2. El caso de *Guten Tag, Ramón*

CAPÍTULO III.

DISTRIBUCIÓN, EXHIBICIÓN Y PRÁCTICAS MERCANTILES

3.1. Distribución

3.2. Exhibición

3.2.1. Prácticas mercantiles VPF (Virtual Print Fee)

3.3. El caso de *La Región Salvaje*

CAPÍTULO IV.

LA AUDIENCIA

4.1. ¿Qué es la audiencia?

4.2. ¿Quién ve cine mexicano en México?

4.3. ¿Dónde ven cine mexicano los mexicanos? De las salas de cine al cine en dispositivos

CAPÍTULO V.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES A LA INDUSTRIA

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANEXOS

AGRADECIMIENTOS

RESÚMEN

Al periodo comprendido entre el año 2012 y 2016, se le ha calificado como momento de prosperidad y éxito para el cine mexicano. La presente investigación profundiza en los mecanismos del Estado y los de la Industria que lo han hecho posible, o que lo han hecho parecer de esa forma.

Para lograr ese objetivo lo primero es entender cómo es el cine mexicano actualmente, cómo y quién lo hace, de dónde se obtienen los recursos para producirlo, distribuirlo y exhibirlo, pero lo más importante, quién y en qué circunstancias lo ve.

Se podría plantear a forma de hipótesis que, entendiendo toda la cadena de producción, trazando una ruta desde la concepción del guion, hasta la exhibición de una película, es que podemos descubrir en dónde el proceso es eficiente o dónde están los obstáculos en los que se cometen irregularidades o se entorpece esa producción.

Es importante tomar en cuenta el papel que juegan en la promoción del cine mexicano los medios de comunicación, los tradicionales como la prensa, la radio y la televisión y los digitales, incluidas las redes sociales.

Y por último es importante indagar en los mecanismos de control que operan en la industria del cine en México, ya sea para apoyarlo o para detener su desarrollo. Por un lado, están los mecanismos que operan por parte del Estado, como estímulos a la producción, distribución y exhibición o leyes y reglamentos, y por otro lado están las prácticas comerciales que buscan tener mayor competitividad y ganancias económicas y que se aprovechan de lagunas en las leyes.

INTRODUCCIÓN

CADA PELÍCULA UN VIAJE

La primera película “seria” que vi en la pantalla de un cine, fue a la edad de siete años, se trataba de *Krull* (1983), llegamos a la sala bajo la consigna de que tenía que comportarme, - “...es una película seria, no de caricaturas, así que te tienes que portar muy bien porque ya eres grande” - me dijo mi mamá en un tono tan cariñoso como amenazador. Después de criar a tres hijos, ahora entiendo que lo único que ella quería era poder ver una buena película de aventuras, como las que hasta la fecha disfruta.

Al criterio de cualquiera, mi comportamiento de ese día podría compararse con el de un monje tibetano en un momento de contemplación, o más bien debería decir de éxtasis. Guerreros, princesas, arañas gigantes, villanos, monstruos y hasta un cíclope valiente y generoso ¿Así cómo puede portarse mal un niño? ¿Cómo no estar fascinado?

La película describe el viaje de un príncipe y sus fieles compañeros para rescatar a su amada del cautiverio en que la tienen los crueles invasores de otro planeta. Como es de esperarse el príncipe rescata a su novia y así termina su aventura, pero para mí el viaje en el cine apenas comenzaba, a partir de ese momento cada vez que se apagan las luces en una sala de proyección se pronuncia una promesa sin palabras, la promesa de ese viaje que no termina hasta que se encienden de nuevo las luces.

Fascinado desde entonces, he viajado por todas las latitudes posibles que ofrece el cine, pero en especial he decidido recorrer los territorios del cine mexicano, ese que me representa y con el que me identifiqué, así he realizado jornadas trasatlánticas como en *Guten Tag Ramón* (Ramírez Suárez, 2013), viajes por la ciudad, como en *Güeros* (Ruizpalacios, 2014), viajes sin retorno al mundo adulto como en *Club sándwich* (Eimbcke, 2013), inmersiones por los territorios de la violencia como en *Heli* (Escalante, 2013) o bien, los viajes en búsqueda de un futuro mejor más allá de las fronteras como en *La jaula de oro* (Quemada-Díez, 2013).

He acompañado a los personajes en sus viajes y he viajado con ellos, y cuando la promesa se cumplía, también hice el viaje, nunca hubo necesidad de dejar la butaca, pero sin duda ya no me encontraba en el mismo lugar que cuando la película inicio.

Así he descubierto que el cine en México también se ha construido durante el viaje, primero a caballo con *Doña Carmen Romero Rubio de Díaz* (Veyre, 1896), en trenes como en *Vámonos con Pancho Villa* (de Fuentes, 1936) o *Sin nombre* (Fukunaga, 2009) y no han faltado automóviles como en *El Automóvil gris* (Rosas, 1919), *Amores perros* (Iñárritu, 2000) o *Y tu mamá también* (Cuarón, 2001), pero sin duda el cine nacional se ha hecho a fuerza de seguir en el camino, de continuar en el viaje, aun cuando el viaje parecía que había llegado a su fin.

Los viajes en el cine no sólo ocurren dentro de la pantalla, el camino de nuestro cine no ha sido siempre fácil, y hoy en día tampoco es fácil iniciar ese viaje que significa hacer una película. Se escribe un guion, pero ¿No sería de gran ayuda poder contar con un mapa o un plano para hacer más fácil y entendible el camino?

Parece que no es coincidencia que, a esa tira continua de película cinematográfica, creada a partir de una serie de fotogramas, que corre por un período ininterrumpido de tiempo, se le llame plano cinematográfico.

Es un plano, un mapa lo que surge de esta investigación, un recorrido que descubre los obstáculos en el camino de una película, partiendo desde la parte creativa en su concepción y llegando hasta la exhibición y las audiencias.

¿Por qué un mapa? Es este acaso un mapa funciona como metáfora, los mapas sirven como guías, como ubicación, nos muestran rutas y posibilidades de movimiento, nos indican los medios para transportarnos, pero sobre todo nos ofrecen panoramas, visiones y puntos de vista para determinar nuestras acciones, acciones que necesita toda industria para cimentarse.

Es necesario visualizar la industria del cine nacional en un solo cuadro, para entender sus funciones sus razones de ser y sus fallas, pero en especial sus posibilidades.

Inicio entonces el viaje que significa esta investigación, claro está que no será un viaje sin escalas, ni exento de demoras, pero sí un viaje que promete muchas reflexiones y nuevos destinos.

CONTEXTO

Este viaje tiene fecha y lugar de inicio, el 28 de mayo del 2016, en el Auditorio Nacional. Ese día y en ese destino peculiar se llevó a cabo la 58ª Entrega del Premio Ariel a lo mejor del cine mexicano. Esa no fue una ceremonia cualquiera, hubo muchos discursos, pero uno en particular fue el que llamó la atención. El director Paul Leduc recibió el Ariel de Oro por su trayectoria, un viaje que suma a la fecha 50 años de trabajo, y su discurso de aceptación sirvió para poner en la mesa algo que resultaba evidente, pero que nadie en la industria se atrevía a cuestionar. Los medios de comunicación recordarían ese discurso con el título de “El cine mexicano es invisible”.

Más que las recurrentes palabras de agradecimiento, el realizador aprovechó el escaparate para hablar sobre el camino por el que atraviesa el cine mexicano, sin profundizar mucho, arroja datos que dibujan un mapa muy claro. Este es un extracto de las palabras que pronunció el director esa noche:

“Hoy cuando se está construyendo una secretaría de Cultura de la que depende el cine, convendría que quedara claro para todos cuál es el proyecto de cinematografía que se pretende impulsar. Hoy me parece que la Academia debería participar en esa discusión.

El año pasado, se nos dice, se filmaron en México 145 películas, un puñado de ellas recibirá o está recibiendo en esta misma ceremonia, un puñado de premios. Ojalá estos premios contribuyan a hacerlas visibles, porque la mayoría, según cifras y estadísticas oficiales, podrían permanecer prácticamente invisibles, aunque se estrenen, si lo logran, aunque hay

excepciones, pocas, pero que por lo mismo no son parte de esto, con excepciones no se construye una cinematografía.

El asunto es complejo, no es este el lugar ni el momento para discutirlo, pero tampoco es el momento y el lugar para ignorarlo.

Algunos datos:

Se declara que el año pasado fue superado el record de películas producidas desde la época de oro del cine nacional, pero se omiten dos datos; primero, aquel cine se veía, el actual no, segundo de lo producido el año pasado, según el anuario de IMCINE se apoyaron 78 cortometrajes, 21 documentales, los largometrajes de ficción fueron entonces 46, no comparables con los 80 producidos en 1945. Que bien que se apoyen cortos y documentales, esto no pasaba hace 70 años, pero de los 30 realizados en 2014, sólo 4 se vieron en pantalla grande.

La televisión pública tampoco los exhibe, mucho menos la privada.

No están prohibidos, no hay censura, se dice, pero no se ven.

El cine en México sigue siendo negocio, pero no para los cineastas mexicanos.

Canana, por ejemplo, una empresa independiente mexicana fundada por cineastas, lanza *Ambulante*, que realiza una estupenda labor por el cine documental, y consigue un ingreso de 15 millones de pesos, mientras la *20th Century Fox* y *Universal Pictures*, superan cada una los 1,500 millones de pesos en la distribución local.

Mantarraya, quizá la compañía más premiada de la historia del cine mexicano anda en 20 millones de pesos, cuando *Warner* y *Disney* superan

los 1,000 millones de pesos cada una, *Videocine* de Televisa supera los 1,000 millones.

Ya sólo el 25% de los mexicanos puede pagarse ir al cine, aunque la exhibición en salas sigue siendo un gran negocio que deja más de 11,000 millones de pesos al año.

En los últimos tres años la asistencia a cines aumentó, pero en ese mismo lapso la asistencia al cine mexicano cayó casi a la mitad, de 30 a 18 millones y en video una llamada *Plataforma México* de IMCINE, que opera en 10 estados, proyectando 350 títulos nacionales, registró el año pasado 174,000 espectadores, o sea 497 espectadores por película.” (Leduc, 2015).

El director no habla de enfermedades, pero sí de síntomas, los filmes no están prohibidos dice, no se censuran, pero no se ven.

La culpa se transfiere de los exhibidores al público, unos no quieren programarlas los otros no quieren verlas, pero ninguno asume responsabilidades, los primeros aluden a situaciones económicas, los segundos a la calidad.

¿Pero quién decide qué películas sí se ven y cuáles no? ¿Cuáles son los mecanismos que controlan la producción y exhibición del cine en México? ¿Es la exhibición un modo de censura? ¿Qué papel juega la taquilla? ¿Se pueden argumentar datos económicos cuando no se permite la exhibición?

Antes de embarcarnos en el viaje habría que revisar el clima, es decir los datos que nos proporcionó el Anuario Estadístico de Cine Mexicano, en el 2015 (IMCINE, 2016):

- Hubo 286 millones de asistentes a salas de cine en México
- Las 10 películas con mayor éxito en taquilla concentraron cerca del 40% del total de la asistencia
- El cine mexicano registró una asistencia de 17.5 millones de espectadores, con 80 películas estrenadas

- La Cineteca Nacional exhibió 33 películas mexicanas, es decir, 40% de los títulos nacionales en cartelera
- *Un gallo con muchos huevos* (Riva Palacio 2015), con 4.1 millones de espectadores, fue la película mexicana más vista del año y se posicionó en el quinto lugar entre las 10 películas mexicanas con mayor asistencia en los últimos 15 años

Contrario a lo que nos dicen estos datos y como veremos más adelante, el argumento de algunos exhibidores es que el cine nacional no puede competir en taquilla con otros títulos de origen extranjero.

Por otro lado, el mismo anuario refiere a las películas que han sido reconocidas en el extranjero (IMCINE, 2016):

- El Cine mexicano se estrenó comercialmente en 34 países, con ingresos por más de 25 millones de dólares
- Se obtuvieron 186 premios y reconocimientos internacionales en festivales de 33 países, 12 más que en 2014, con lo que se llega a un máximo histórico
- Películas mexicanas fueron reconocidas con premios importantes en los principales festivales del mundo (Cannes, Berlín, Venecia y San Sebastián)
- Entre los filmes con más premios, hubo cortometrajes, largometrajes documentales y películas de ficción

Aún con estos números, periodistas de negocios y economía como Carlos Mota de El Heraldo, afirman que la calidad de las películas mexicanas no es suficiente como para soportar su éxito (Mota, 2018).

Aquí otra fecha anotada en la bitácora; el miércoles 16 de diciembre de 2015, Enrique Peña Nieto firmó el decreto por el cual da vida a la Secretaría de Cultura, propuesta en su tercer informe de gobierno. Esta nueva Secretaría asumió las funciones del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA), además de recibir un ordenamiento, que no incluía incremento de presupuesto, para atraer más recursos para el país y no para las burocracias.

Entre otras actividades, la Secretaría debe organizar y desarrollar la educación artística nacional, patrocinar la realización de congresos, asambleas y concurso de tipo científico, técnico, cultural y artístico, guiar actividades culturales, artísticas, recreativas y deportivas que realice el sector público federal, así como establecer criterios educativos y culturales la producción cinematográfica, de radio, televisión y en la industria editorial, así como promover y estimular la producción de estos sectores. (Aristegui Noticias, 2015).

A partir de la formación de la mencionada Secretaría de Cultura, se reestructuran los presupuestos que otorga el gobierno a proyectos culturales, como el cine y se replantea un nuevo funcionamiento de organizaciones como el Instituto Mexicano de Cinematografía IMCINE.

Como lo menciona una nota del diario *El Universal* (Redacción El Universal, 2016), los efectos de estos cambios ya son notables en los presupuestos aprobados por la Cámara de Diputados para esta nueva dependencia, que implican una reducción del 21.1% en comparación con los otorgados anteriormente.

MARCO TEÓRICO

El enfoque teórico de la economía política es una de las perspectivas de mayor tradición en la investigación de las industrias culturales y la comunicación, y desde la cual se puede explicar la reorganización que ha tenido la industria cinematográfica mexicana en su circuito productivo a partir de los efectos de las políticas económicas, cambios regulatorios del sector y privatizaciones.

Desde la década de 1940, este enfoque ha guiado el trabajo de muchos investigadores alrededor del mundo y su expansión global continúa al día de hoy, con autores pioneros como Herbert Schiller, Dallas Smythe, Armand Mattelart, Nicolas Garnham, Kaarle Nordenstreng, Cees Hamelink y en especial Vincent Mosco, quienes inspiraron luego los trabajos de autores latinoamericanos como César Bolaño, Enrique Sánchez Ruiz, Guillermo Mastrini, Luis Ramiro Beltrán, Delia Covi, Rodrigo Gómez y muchos otros que han encontrado en este campo una explicación a los cambios estructurales y transformaciones

históricas de los circuitos productivos de la comunicación y de la cultura.

Según Vincent Mosco en su libro *Economía Política de la Comunicación. Reformulación y Renovación* (Mosco, 2009) “la economía política es el estudio de las relaciones sociales, particularmente de las relaciones de poder, que mutuamente constituyen la producción, distribución, y consumo de recursos”. Desde este punto de vista, los productos de la comunicación como periódicos, libros, videos, películas y audiencias son los recursos primarios. Esta definición llama la atención hacia las fuerzas fundamentales y los procesos en juego en el mercado.

Hace énfasis en cómo una compañía produce una película o una revista, sus negociaciones con aquellos que lo van a distribuir en el mercado, y cómo los consumidores deciden acerca de qué ver, leer o escuchar. Finalmente, considera cómo las decisiones de los consumidores alimentan de nuevo el proceso de la producción de nuevos productos.

En otras palabras, la Economía Política de la Comunicación y la Cultura es un enfoque teórico que analiza las articulaciones entre la producción y consumo de productos culturales, entre ellos los del cine. En un sistema de mercado, los productores responden a las demandas de los consumidores y, al mismo tiempo, las necesidades y deseos de los consumidores son moldeados por la oferta disponible del mercado. Diferentes modos de producción determinados por contextos.

ESTADO DEL ARTE

Antecedentes de la investigación

A partir del segundo semestre del 2017 y con la guionista y promotora Marina Stavenhagen a cargo de la dirección del Instituto Mexicano de Cinematografía IMCINE, entra en funcionamiento el artículo 226 de la Ley de Impuesto Sobre la Renta ISR, que después será conocido como el Estímulo Fiscal a Proyectos de Inversión en la Producción y Distribución Cinematográfica Nacional EFICINE 189 (IMCINE, 2016).

Se trata de un es un beneficio que se otorga a la industria cinematográfica por la producción y distribución de largometrajes, consistente en aplicar un crédito fiscal por el monto aportado a un proyecto de inversión en la producción o en la distribución por un contribuyente del Impuesto sobre la Renta (ISR).

Si bien, políticas públicas como ésta, han incentivado y proyectado la producción cinematográfica del país, lo que se puede constatar en aumento del número de producciones que se realizan año con año,¹ existe una brecha entre las películas producidas y las que logran estrenarse.

Esta investigación parte de entender el papel que juegan políticas públicas y cómo estas afectan la consecución final de una película, la constitución de la industria cinematográfica y cómo esta posibilita o no el estreno de películas en las salas y la forma en la que el público se acerca a las producciones nacionales. A continuación, algunos antecedentes relacionados con el tema de investigación, aunque son pocos los centrados en las acciones de estímulos o políticas como el EFICINE.

Estos estudios los he dividido en:

- a) Economía Política del cine
- b) Consumo cultural
- c) Industria cinematográfica y mercado

a) Economía Política del cine

La Economía Política del cine parte, evidentemente de los estudios que se han realizado sobre la Economía Política aplicada a los medios de comunicación cuyo principal objetivo, que define la autora Janet Wascko, consiste en evaluar la influencia de las agencias de comunicación en las políticas que las organizan y bajo las cuales operan, así como el

¹ En el 2016 se completaron 162 películas, rompiendo el récord de producciones de 1958 (BEAUREGARD, 2017).

estudio de la estructura y las políticas de los actores de comunicación en sus marcos sociales (WASKO, 2006).

La Economía Política del cine debe incorporar aquellas características que definen a la Economía Política en general como el cambio social e histórico, la totalidad social, la base moral y la praxis. Partiendo de este principio, la Economía Política del cine debe entender las películas como mercancías producidas y distribuidas dentro de una estructura industrial capitalista (Pendakur, 1990).

Esta perspectiva está centrada en las cuestiones referentes a la estructura del mercado y a su rentabilidad y podrá percibir la industria del cine como una parte de la gran industria de los medios y de la comunicación, así como de la sociedad en general.

Los trabajos que han estudiado al cine mexicano desde esta perspectiva son los siguientes:

- **“Economía política del cine mexicano: dos décadas de transformaciones”.**

Lucila Hinojosa Córdova, Universidad Autónoma de Nuevo León, 2012

Resumen: El 1º de enero de 2014 se cumplieron 20 años de la entrada en vigor del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) firmado entre México, Estados Unidos y Canadá, periodo durante el cual la industria del cine mexicano ha experimentado una serie de crisis y transformaciones. En este trabajo se presenta un análisis de los efectos que en la producción, circulación y consumo cinematográficos de películas mexicanas han tenido las políticas económicas neoliberales, cambios a las regulaciones y apertura del mercado de la industria cinematográfica nacional que se adoptaron desde la firma del TLCAN, desde la perspectiva de la economía política de la comunicación y la cultura, en la producción cinematográfica a nivel nacional durante el periodo 1992-2013; y de la exhibición y oferta de películas en los cines comerciales a nivel local como referente empírico. Como método de estudio se utilizan la investigación documental, la técnica del análisis de contenido y la encuesta. Los resultados muestran que en la primera década posterior a la entrada del TLCAN se presentó

una crisis en la industria del cine que casi la hace desaparecer; sin embargo, a partir del 2006 se observa una mejoría en la producción y consumo de películas mexicanas, no así en la exhibición.

- **“Economía Política del Cine mexicano: oferta y consumo de películas nacionales en monterrey, México (2001-2010)”**

Lucila Hinojosa Córdova, Revista Electrónica de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación, 2012

Resumen: Analiza las implicaciones que la adopción de las políticas económicas neoliberales como la apertura de los mercados, las desregulaciones y privatizaciones de la industria, desde la firma del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN o NAFTA), han tenido en la industria cinematográfica mexicana. Los resultados han mostrado que los cambios a la regulación desde 1992 no han tenido un impacto muy favorable en la oferta de películas mexicanas que se exhiben en los cines de Monterrey, México.

b) Consumo cultural

García Canclini va a definir el consumo como “el conjunto de procesos socioculturales en que se realiza la apropiación y los usos de los productos” (García Canclini,1999). El consumo sería una práctica sociocultural en la que se construyen significados y sentidos del vivir con lo cual este comienza “a ser pensado como espacio clave para la comprensión de los comportamientos sociales” (Mata,1997) Para los investigadores de la comunicación y la cultura en América Latina es esta perspectiva la que devuelve interés al análisis del consumo de medios y de otros productos culturales.

Los estudios que destacan en esta materia son los siguientes:

- **“El consumo cultural: una propuesta teórica”.**

Resumen: Artículo presentado inicialmente al seminario del Grupo de Trabajo de Políticas Culturales realizado en Ciudad de México en 1990 y que luego pasó a ser

el texto introductorio al libro sobre consumo cultural en Ciudad de México, García Canclini toma como punto de partida las dificultades político-institucionales y teóricas para avanzar en el estudio del consumo, situando este proceso como parte del ciclo de producción y circulación de los bienes (García Canclini,1999). En el plano teórico, comienza discutiendo para luego descartar la definición conductista del consumo; es decir, aquella donde éste queda reducido a una simple relación entre necesidades y los bienes creados para satisfacerlas. Pero descartar la definición conductista del consumo supone a su vez replantearse para trascender dos elementos que sustentan esta definición. Por una parte, la concepción naturalista de las necesidades, lo que implica reconocer que estas son construidas socialmente y que incluso las necesidades biológicas más elementales se satisfacen de manera diferente en las diversas culturas y en distintos momentos históricos. Por otra parte, la concepción instrumentalista de los bienes, vale decir aquella.

- **“Figuras del pensar: Los estudios sobre el consumo cultural en América Latina y la organización del campo académico de la comunicación en México”.**

Héctor Gómez Vargas, Estudios sobre las Culturas Contemporáneas, 2006

Resumen: Hace una revisión de la trayectoria, los mapas y dominios que se han desarrollado a partir del surgimiento de los estudios sobre el Consumo Cultural en América Latina, a partir de la evolución de las obras de autores que los colocaron como ejes clave para el estudio de la comunicación y las transformaciones sociales latinoamericanas. El autor parte de la idea de que, en la organización del Campo Académico de la Comunicación en México, los enfoques de los estudios de la cultura fueron fundamentales, y dentro de ellos, los estudios de Consumo Cultural tuvieron una participación sumamente importante; es por ello por lo que realiza esta revisión y organización de lo que ha aportado para entender la situación actual de los estudios de la Comunicación en México.

d) Industria cinematográfica y mercado

El cine forma parte de un mecanismo económico que reúne a los compradores, en este caso los espectadores, y los vendedores, artistas, productores, distribuidores y exhibidores, de un

bien o servicio particular, que en este caso son boletos en taquillas, DVD, entre otros (McConnell, C. 1997). En esta industria, intervienen las fuerzas del mercado, por lo que los productores buscan estrategias para filmar películas que además de ser consideradas obras de arte, satisfagan las necesidades de los espectadores, lo que hace que se vuelva potencialmente comercializable.

Estos son algunos de los estudios que han analizado la industria del cine mexicano:

- **“Análisis de la industria cinematográfica mexicana en el 2015”.**

David Fernando Lozano Treviño, Alberto Almaguer Rocha y Deisy Giselle Molina Martínez, Facultad de Ciencias Políticas y Administración Pública de la Universidad Autónoma de Nuevo León, 2015

Resumen: Este artículo de investigación destaca el carácter económico del cine para México. Muestra la evolución que ha tenido la industria en el país y su aportación actual al Producto Interno Bruto. Se menciona la producción de películas mexicanas del 2000 al 2015 y las proporciones en estímulos federales e inversión privada con las que fueron hechas. Se detalla el costo promedio por película y los Estados que mayores filmaciones realizan. Los ingresos en taquillas son abordados tanto para producciones estadounidenses como mexicanas. El crecimiento en salas de cine comercial y los espacios alternos de exhibición también son detallados.

- **“La industria del cine mexicano, alianzas estratégicas para adquirir y mantener una ventaja competitiva a partir de la década de los noventa”**

María Rosa Salamanca Cots, Universidad Nacional Autónoma de México, 2014

Resumen: Esta investigación presenta el comportamiento que ha tenido la industria del cine mexicano, exponiendo la problemática que ha enfrentado a lo largo de los años, describe los motivos de su caída y los cambios de estrategias competitivas realizadas por la industria desde el punto de vista de los acuerdos de cooperación, a partir de los procesos de globalización.

- **“El cine mexicano en el mundo Globalizado: tan lejos de Dios y tan cerca de los Estados Unidos”**

Fernando Moreno Suárez, Universidad Iberoamericana, 2011

Resumen: Este es un estudio de caso, basado en un documental que busca presentar el estado actual del cine en México, frente a los retos globales y locales. Es una reflexión sobre la calidad de la producción nacional, sus carencias y logros. A su vez propone nuevas alternativas para una industria que parece detenida.

El presente estudio, propone visualizar el estado actual en el que se encuentra la industria del cine en México y ofrece una serie de recomendaciones a partir de las fallas o áreas de oportunidad que podrían detectarse.

También ofrece una visión actualizada a las audiencias del cine mexicano y sus formas de consumo.

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Es un estudio descriptivo para la observación del camino y destino de los recursos destinados a la producción y exhibición de películas mexicanas en las salas de cine comercial, particularmente los generados por políticas públicas como el Estímulo Fiscal para contribuyentes EFICINE y el Fondo de Inversión y Estímulos al Cine FIDECINE.

Se realizó una reconstrucción y mapeo del proceso de obtención de recursos a partir de una investigación documental, testimonios y entrevistas con profesionales y especialistas de la industria, como fuentes de primera mano.

El mapeo consiste en la visualización de los diferentes procesos de la industria partiendo desde los momentos previos a la creación, lo que implica la realización de las películas, pasando por la obtención de recursos y llegando hasta las audiencias y las formas en las que se aproximan al cine en la actualidad, el objetivo es poder tener en un solo cuadro todos los procesos involucrados.

Asimismo, se consultó bibliografía, notas en prensa e informes de instituciones relacionados con las temáticas de la tesis que sirvieron como referentes a la investigación.

CAPÍTULO I.

CINE MEXICANO E INDUSTRIA

El cine no es un proceso individual que termina con el grito de corte, es un proceso colaborativo que incorpora el trabajo de una gran cantidad de personas; escritores, directores, productores, actores, fotógrafos, diseñadores, publicistas, exhibidores, distribuidores, agentes de seguros, empresarios, trabajadores independientes, etc., incluso podemos afirmar que incluye a quienes fabrican las golosinas y venden refrescos y palomitas de maíz.

Por otro lado, para el espectador, el cine no es sólo una proyección en una pantalla, es una experiencia completa que puede abarcar desde el pagar el boleto del estacionamiento, elegir la butaca y la golosina correctas y hasta decidir si verá la película en la sala de exhibición o en o en la sala de su casa.

Hacer cine y ver cine en México es un ritual tan basto como colectivo.

Al hablar de industria del cine, no podemos limitarnos a señalar sólo lo que sucede en los procesos de preproducción, producción o postproducción, existen una serie de actividades que forman parte de la industria y que generalmente no se consideran parte del espectro, o lo que para efectos de esta investigación llamaré procesos post-fílmicos, en lo que profundizaré más adelante en este mismo capítulo.

Las respuestas a mis primeras preguntas pueden parecer obvias, pero al intentar responderlas me doy cuenta de lo poco que se ha reflexionado en los temas ¿Qué es una industria? ¿Qué la define? ¿El cine es industria o arte? ¿El arte puede ser industria? Más específicamente ¿El cine mexicano puede considerarse una industria?

El diccionario de la Real Academia de la Lengua define a una industria de la siguiente forma:

1. Suma o conjunto de las industrias de un mismo o de varios géneros, de todo un país o de parte de él. *La industria algodonera. La industria agrícola. La industria española. La industria catalana.*

1. Negocio o actividad económica. *La industria del espectáculo, la industria del turismo.*

Una industria es un conjunto de industrias ¿entonces cuáles industrias conforman el conjunto del que está hecha la industria del cine?

Una industria es un negocio o actividad económica. Bajo este principio, la piratería es un negocio ¿entonces es una industria?

El profesor Ignacio Casado Galván, incluso afirma que para poder estudiar la industria es necesario anclarse a la historia, porque el fenómeno de la industria es característico de un periodo preciso de la historia de la humanidad (Casado Galván, 2009).

Una definición más acertada es la que propone la Organización de las Naciones Unidas para la Educación la Ciencia y la Cultura (UNESCO) que amplía el concepto con la categoría de industrias creativas y culturales, que son “Aquellos sectores de la actividad organizada que tienen como objeto principal la producción o la reproducción, la promoción, la difusión y la comercialización de bienes, servicios y actividades de contenido cultural, artístico o patrimonial” (OFICINA DE LA UNESCO EN SANTIAGO, 2017).

Para efectos de esta investigación, puedo afirmar que el cine sí es una industria, ya que representa un negocio e implica una actividad económica que se desarrolla en varias etapas como la producción, el financiamiento, la distribución, la promoción y la exhibición de contenido cultural y artístico. Cabe resaltar que fue la misma UNESCO en 2003 la que le otorgó a la película mexicana *Los Olvidados*, de Luis Buñuel, el reconocimiento como Patrimonio Audiovisual de la Humanidad, lo que pone en el mapa al cine nacional, no sólo

en la categoría de mercancía de consumo, sino como un producto cultural y parte de nuestro patrimonio.

Néstor García Canclini profundiza y les adjudica a estas industrias dos facetas; la de recurso económico y la de fuente de identidad y cohesión social (García Canclini, 2016) en lo que el cine se ajusta de manera correcta.

El mismo Canclini nos dice que “Un sector creciente de la producción cultural se realiza en forma industrializada, circula en redes transnacionales de comunicación y es recibida por consumidores masivos que aprenden a ser públicos de mensajes desterritorializados”. (García Canclini, 2016), así que, si observamos el comportamiento del cine y su producción, podemos afirmar, sin lugar a duda, que se trata de una industria.

Para Canclini las industrias culturales tienen hoy un lugar prominente y estratégico en el desarrollo socioeconómico. Cuando hablamos de cultura, no estamos refiriéndonos ya a una cuestión bohemia o suntuaria, algo para el tiempo libre o los fines de semana, sino que estamos ocupándonos de movimientos de amplia escala en la economía mundial (Canclini, 2001).

1.1. ¿Hay industria de cine en México?

En México la realidad de la industria alcanzó su mayor reconocimiento y esplendor en la llamada *Época de Oro*, con un importante apoyo del Estado, que hasta la década de los ochenta, patrocinaba los estudios fílmicos como los Churubusco o América, a través de Conacine que apoyaba la producción, contaba con tres empresas para la distribución que eran Pelmex, Pelimex y Cimex, que operaban tanto en el país como en el extranjero, y una exhibidora, la Compañía Operadora de Teatros, Sociedad Anónima (COTSA), como bien lo enuncian los autores del libro *Las industrias culturales y el desarrollo de México*, Néstor García Canclini y Ernesto Piedras Feria (García Canclini & Piedras Feria, 2006). Por su parte, Ana Rosas Mantecón en su estudio *Las batallas por la diversidad: exhibición y públicos de cine en México* (Rosas Mantecón, 2004), explica que las políticas

privatizadoras, como estrategia intervencionista que era difícil de mantener, ya que eran señaladas como burocráticas e ineficientes debido a la corrupción de los grupos sindicales. Así se privatizaron los Estudios América y se redujo el espacio de los Estudios Churubusco, las distribuidoras estatales quebraron, lo mismo que las salas de cine, COTSA fue vendida finalmente en 1993.

Hasta 1992, el cine mexicano era una industria relativamente sana, ya que su consumo popular era alto, mantenía una cierta comunicación con un público de escasos recursos económicos y educativos, más del 50% de la población. Este modelo llamado “popular” y que inició en 1952, sin ser perfecto, generaba empleos y producía ingresos que se quedaban en el país; sobre todo cumplían con una función social; proporcionar entretenimiento accesible a una gran mayoría de la población, que además podía identificarse con los personajes que veía en las historias.

Estas cintas convivían con otras producciones de directores que querían hacer otro cine, serio, artístico y de propuesta, crítico de la realidad y no sólo de entretenimiento, estas películas en su mayoría eran subsidiadas por el Estado; así también hubo espacio para cineastas como Ripstein, Cazals, Gurrola o Hermosillo.

Guillermo Vega Zaragoza afirma en su ensayo *Los efectos del TLCAN en el público del cine mexicano*, que con la firma del Tratado de Libre Comercio de América del Norte y a partir del cambio de modelo económico por una apertura comercial total y sin condiciones, el esquema del cine popular también debía cambiar, y así desaparecieron los estudios y las salas de cine, el precio del boleto aumentó y los productores migraron a otros oficios. La industria quedó a merced del capital privado, beneficiando a los distribuidores norteamericanos y a los exhibidores con gran capital, lo que arruinó a los productores fílmicos y dificultó económicamente el acceso a grandes porciones de la población, lo que propició a que a mediados de la década de los noventa estuviera a punto de desaparecer nuestro cine como industria cultural (Vega Zaragoza, 2014).

La debilidad de los gobiernos de la época para negociar ante las presiones de las distribuidoras norteamericanas fue evidente, dejando a las producciones nacionales en desventaja frente a la oferta estadounidense.

Las taquillas pasaron de programar las películas “populares” y serias” del modelo anterior a las películas “palomeras” y “de arte”. Estas últimas entendidas como aquellas que se presentaban en los festivales de cine nacionales e internacionales, donde hasta la fecha, reciben los principales premios y reconocimiento de la crítica, lo que más que representar un logro que ayude a su exhibición, parece un obstáculo, tanto en la mente de los exhibidores y distribuidores, como en la del público al que aún le cuesta ser crítico con su realidad.

La acción Estatal se mantiene hasta el día de hoy en lo tocante al cine para efectos de conservación de acervos, la exhibición por parte de la Cineteca Nacional y una parcial porción financiera para la promoción de películas a través del Instituto Mexicano de Cinematografía (IMCINE). Con fondos escasos este organismo apoya proyectos e interviene en algunas pocas coproducciones. Pero entonces ¿Existe actualmente una industria de cine en México?

La respuesta a esta pregunta no es monosilábica, es tan compleja y tan amplia como la cantidad de personas a quienes se le puede hacer. Por ejemplo, Erick Estrada crítico de cine y director del sitio web Cinegarage, es contundente en su respuesta al afirmar que no existe una industria del cine mexicano.

“...al menos no con las características que tenía en la llamada época de oro, en la que había dinero, el dinero se reinvertía, la gente ganaba, la gente iba al cine y veía las películas que se hacían en el país, se exportaba una cantidad importante de películas a otros países y ese dinero generaba un sistema de trabajo y de vida al cual sí se le podría llamar una industria, porque se sustenta por sí misma y no necesita de ayudas gubernamentales. Hoy hay muchos intentos de hacer industria, pero el mundo es otro y las industrias deberían ser otras, tenemos que generar una nueva idea de lo que es

industria, para a partir de ahí hacer una industria, pero como esa idea no existe, nadie se ha puesto a pensar cuáles son las industrias del siglo XXI, no tenemos una industria del cine mexicano, porque el cine mexicano sigue funcionando, en buena medida bajo los parámetros del cine mexicano del siglo XX” (Estrada, 2017).

Nelson Carro, director de Difusión y Programación de la Cineteca Nacional, concuerda en afirmar que la industria del cine no es como la de otras épocas, pero que ahora lo que se privilegia es la producción por encima de la distribución o la comercialización, es decir, que para tener una verdadera industria debes cumplir con todo el recorrido, y eso es lo que efectivamente, no tiene el cine mexicano en este momento.

La producción tiene mucho apoyo, dice, y entonces producir cine es relativamente fácil, tanto así que hay arriba de 100 películas al año, lo que no se ha encontrado es la forma en que esas películas lleguen al público y que esas películas consigan un resultado económico acorde a la inversión (Carro, 2017).

Iván Morales el director editorial de la revista Cine PREMIERE, dice que una industria debe ser sustentable, es decir que genere los suficientes ingresos para mantenerse viva y no debe depender del Gobierno, eso no quiere decir que los estímulos no deben existir, al contrario, la forma en la que se genera una industria debe ser financiada por el Estado en principio, sobre todo en el momento en el que se encuentra el cine nacional, lo que lo hace sentir optimista respecto al futuro de la industria (Morales, 2017).

VCS Capital es un Fondo de Inversión de Capital Privado especializado en realizar inversiones dentro de la industria del entretenimiento en México, la opinión de su director Marco Forte, contrasta de forma interesante con la de otros expertos.

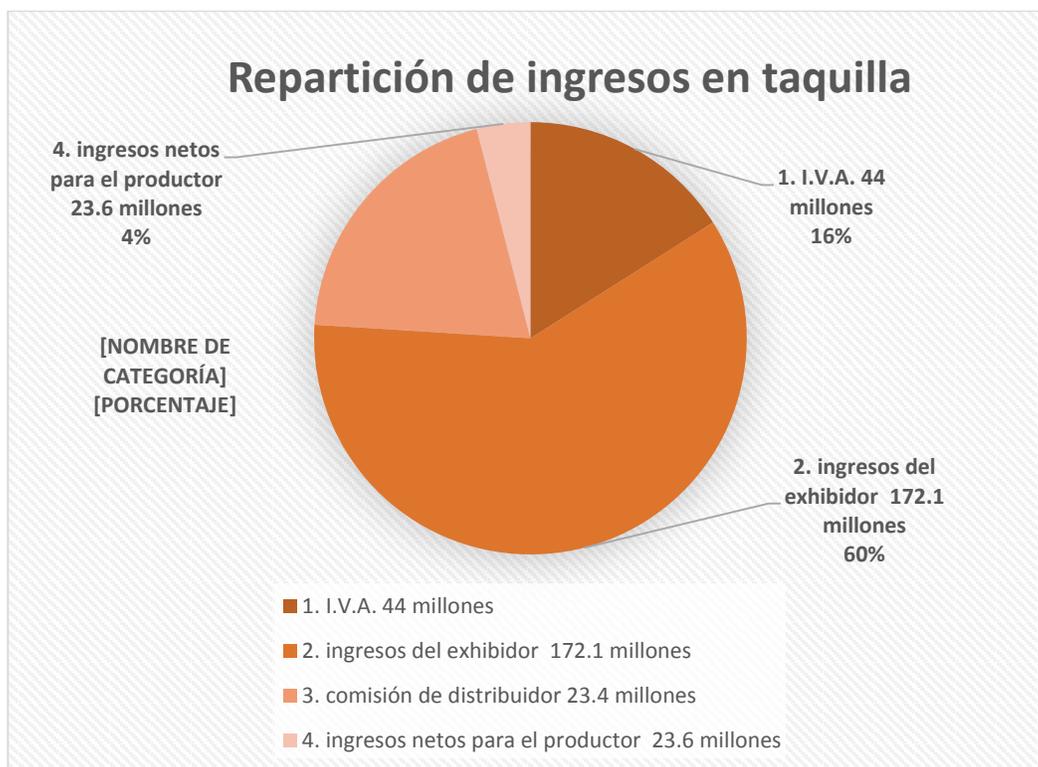
“Como industria tienes que generar rentabilidad, los proyectos de cine no son baratos, entonces justamente esa es una discusión. El fondo lo que busca es generar rentabilidad para los inversionistas, entonces el tipo de cine en el que invertimos no es necesariamente el mejor en términos de calidad,

invertimos en proyectos con los que queremos recuperar, y eso obedece a un producto que se consume en el mercado y ese producto no es necesariamente el mejor producto, como lo hemos visto durante muchos años en México a nivel internacional” (Forte, 2017).

El director, productor y exhibidor de cine Simón Bross, opina que, para garantizar una industria en el cine, tiene que cambiar legalmente la distribución del peso en la taquilla, que en la actualidad es inequitativa y beneficia más a los exhibidores y distribuidores que a los productores quienes son, en última instancia, quienes más invirtieron en la realización de una película (Bross, 2017).

Al respecto y según un ejemplo del Manual Básico de Producción Cinematográfica, editado por Carlos Tabio (Taibo, Orozco & Paredes, 2011), la repartición de los ingresos en la taquilla para una película que alcanzó el millón de espectadores, con un costo promedio de boleto de \$33.6 pesos, sería de la siguiente forma.

Figura 1



Otro indicador sobre una industria es el Producto Interno Bruto (PIB), que Tim Callen, Jefe de División en el Departamento del Oriente Medio y Asia Central del Fondo Monetario internacional (Callen, 2008), describe como el valor monetario de los bienes y servicios finales —es decir, los que adquiere el consumidor final— producidos por un país en un período determinado (por ejemplo, un trimestre o un año), y cuenta todo el producto generado dentro de las fronteras. Abarca los bienes y servicios producidos para la venta en el mercado, pero incluye también otros, como los servicios de defensa y educación suministrados por el gobierno.

La especialista en la industria en cine Patricia Ornelas (Ornelas, 2018) comenta que el PIB del cine corresponde a parte de lo que la cultura genera, que es el 3.3% del PIB nacional. Es decir que cine forma parte de los medios audiovisuales que contribuyen a la cultura y la cultura a su vez contribuye al PIB.

IMCINE e INEGI en un estudio conjunto, publicado en el Anuario Estadístico de Cine Mexicano 2017 (IMCINE, 2018), muestran como contribuye cada una de las industrias a la aportación del PIB, así el porcentaje en que aporta la cultura es del 3.3% (\$232,000,000,000), dos veces más de lo que vale la industria del plástico, de este porcentaje, el 37.7% corresponde a las actividades de los medios audiovisuales, como la propiedad intelectual, lo que en el cine se traduce como los licenciamientos para exhibir películas, tanto en las áreas públicas, como las exhibiciones patrocinadas, la compra venta de equipo para filmación o proyección, la venta de películas en formatos caseros y los videojuegos.

Entre 2008 y 2016 el PIB de la industria cinematográfica creció el 15.1%, en promedio el 6.5% anual, un crecimiento superior a lo que crece la economía mexicana completa, que es del 2.2%. En 2016, la industria cinematográfica generó 28,434 puestos de trabajo ocupados, 6.8% más que en 2015.

Sin embargo, la producción cinematográfica nacional tuvo sólo el 10% del total de asistentes a salas en México y 9% de los ingresos.² Los estrenos mexicanos alcanzaron 22% del total de lanzamientos, el segundo porcentaje más alto en los últimos años, sólo detrás de 2013, cuando fue de 27%. Solo nueve filmes se estrenaron en más de 1,000 pantallas.

A este respecto Roberto Girault, productor y director independiente afirma en una entrevista para la *Revista OMPI*, que la infraestructura cinematográfica de México es actualmente una de las más desarrolladas del mundo, pero la industria de cine del país sigue siendo vulnerable debido al escaso acceso al mercado y al corrosivo efecto de la piratería de películas (Girault, 2012).

A pesar de que la cinematografía mexicana parece pasar por un buen momento y comienza a consolidarse como una industria sana, no todos son optimistas al respecto, en una entrevista realizada a Marco Forte, fundador de VCS Capital, afirma que dado que el cine no es un producto barato de producir, tiene que generar rentabilidad, en especial para los inversionistas, y es difícil generar esa rentabilidad, dado que el cine que se produce en México no es necesariamente el mejor producto, sobre todo si se compara con el cine de Hollywood (Forte, 2017).

La postura del director Luis Estrada (*La Ley de Herodes*) es muy similar: “Hacer cine en México, un país en perpetua crisis y en estado permanente de zozobra, es muy complicado”, así lo dijo en una clase maestra impartida en la XII edición del Festival Internacional de Cine Universitario Kinoki, organizado por los estudiantes de la Universidad Iberoamericana (Estrada, 2015).

Es verdad que desde la distribución y la exhibición, el cine mexicano está generando ganancias, pero también es cierto que esas ganancias difícilmente van a llegar a quien está generando las películas o, en el mejor de los casos, esas ganancias de taquilla les llegan de

² Esta diferencia de un punto porcentual se debe principalmente a que los blockbusters estadounidenses registraron ingresos en salas 3D, 4DX, IMAX y MACRO XE, en las que el precio del boleto es mayor que en salas tradicionales.

forma diluida sin que representen un retorno real de la inversión, como lo afirma el director y productor Simón Bross en una entrevista para esta investigación (Bross, 2017).

Es decir que en estos términos el cine mexicano actual no podría considerarse del todo como una industria, pero sí al menos una en crecimiento.

Lo que le hace falta para cimentarse es ser autosustentable económicamente, independiente del Gobierno, que su producción se consuma en el país generando ganancias y que tenga un importante número de exportaciones. Se podría argumentar que un puñado de películas cumplen con estos requisitos, pero un par de casos de éxito no constituyen una industria.

1.2.1. Antes y después del corte, los procesos fílmicos y post-fílmicos

Como ya mencioné, la creación cinematográfica es un proceso complicado que involucra a diferentes profesionales en diferentes momentos, los que son considerados parte de la cadena productiva. El director de una película es reconocido como el creador de esta, pero a un director lo hace su equipo. El cine como creación, es una de las artes que más personas necesita para realizarse, por lo tanto una de las más costosas formas de expresión.

El número de personas involucradas en la realización de un filme puede variar dependiendo del tamaño de la producción, pero según Carlos Taibó (Taibo, Orozco, & Paredes, 2011), una producción mexicana, sólo en el proceso de producción, tiene en promedio entre 50 y 110 personas.

Para esta investigación hemos dividido a la cadena de producción en dos grandes rubros, los procesos fílmicos y los procesos post-fílmicos divididos en ocho fases como las describe en entrevista el productor y guionista Alejandro Camargo (Camargo, 2017).

Los procesos fílmicos son aquellos en los que se formulan y desarrollan las ideas que generan una obra cinematográfica, y van desde el desarrollo, la preproducción, la producción o rodaje y la postproducción.

Mientras que los procesos post-fílmicos son aquellos en los que se promociona y se mueve el producto terminado para alcanzar a una audiencia, e incluyen el mercadeo, la distribución y la exhibición.

EL DESARROLLO

El desarrollo es el proceso que parte de la concepción o idea del proyecto, hasta que éste es elegido para ser producido.

Las personas involucradas en este proceso son el productor, el director y/o guionista. No es extraño que los tres roles sean tomados por la misma persona.

Las tareas en esta fase son:

- Idea Original
- Aseguramiento de Derechos de Adaptación
- Sinopsis y Tratamiento Literario
- Escaleta
- Guion Cinematográfico
- Correcciones al Guion y registro de obra
- Aseguramiento de Personal Clave y Negociación de Contratos
- Presupuestos Preliminares
- Obtención de Fondos

Figura 2



PREPRODUCCIÓN

La fase de preproducción inicia una vez que se ha desarrollado satisfactoriamente el proyecto y se ha obtenido el financiamiento necesario y los acuerdo con las personas clave.

Es en esta fase en la que se planea el rodaje o filmación y se conjuntan los elementos físicos, humanos y legales necesarios para la producción, se calendariza el flujo de las siguientes fases de la producción.

Diferentes equipos realizan diferentes tareas de forma simultanea, respondiendo a los jefes de departamento, que a su vez responden a al director y al productor.

Las tareas en esta fase son:

- Definición del crew o equipo de producción.
- Script Breakdown. Durante este proceso se identifican los diferentes elementos que componen el guion (personajes, locaciones, utilería, escenografía, vestuario, efectos especiales, efectos visuales).
(1er AD)
- Elaboración de Calendario de Producción.
(1er AD, Productor)
- Juntas de producción – generales y por departamento.
- Character Breakdown y Casting.
(Director de Casting y Director)
- Scouting y aseguramiento de locaciones.
(Scout de Locaciones y Productor)
- Diseño y construcción de escenografía y sets.
(Diseñador de Producción, Director de Arte y Constructores de Set)
- Diseño y fabricación de utilería (props).
(Diseñador de Producción, Director de Arte y Prop Masters)
- Diseño y elaboración de vestuario.
(Diseñador de Producción, Director de Arte y Diseñador de Vestuario)
- Planeación, desarrollo e investigación de efectos especiales (CGIs, animación, etc.) y efectos visuales (persecuciones, explosiones, stunts).
(Director, 1er AD, Supervisor de Post-Producción y Editor)
- Elaboración del Guion Técnico o Shooting Script.
(Director, 1er AD, DOP y Editor)
- Elaboración de Storyboards
(Director, DOP, Editor y Storyboarder)
- Presupuestos Finales.
(Productor y 1er AD)

Figura 3



PRODUCCIÓN, RODAJE O FILMACIÓN

También conocida como fotografía principal, este es el punto sin retorno, pues excepto en los casos de las películas basadas en efectos especiales, es la fase más cara de producción.

En esta fase es donde todos los elementos que fueron planeados durante la preproducción entran en juego, para dar lugar al rodaje de la acción.

El calendario de producción debe de seguirse al pie de la letra, pero de ser absolutamente necesario, se pueden agregar ciertos días de producción (muy para el disgusto del productor).

Esta fase suele ser ininterrumpida excepto por un día de descanso por semana.

POSTPRODUCCIÓN

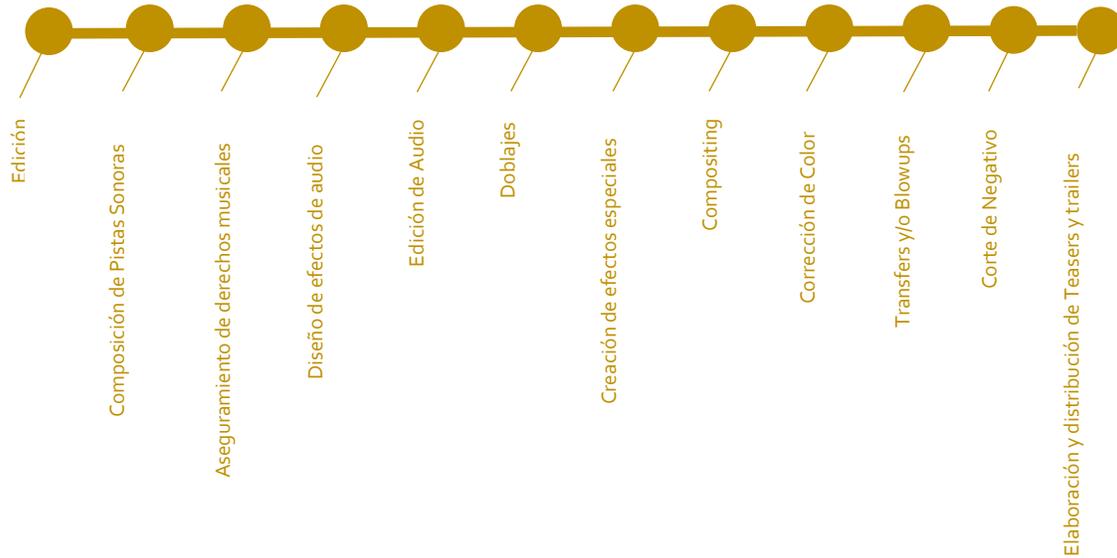
La postproducción es el proceso de ensamble y terminado una vez que se completa el rodaje. Durante esta fase se agrupan múltiples tareas realizadas por diferentes departamentos.

Esta fase suele ser la más larga dentro del proceso de elaborar una película.

Las tareas de esta fase son:

- Edición de Cine o Video
- Composición de Pistas Sonoras
- Aseguramiento de derechos musicales
- Diseño de efectos de audio.
- Edición de Audio
- Aditonal Dialogue Recording (ADR) y/o Doblajes
- Creación de efectos especiales
- Compositing
- Corrección de Color
- Transfers y/o Blowups
- Corte de Negativo
- Elaboración y distribución de Teasers

Figura 4



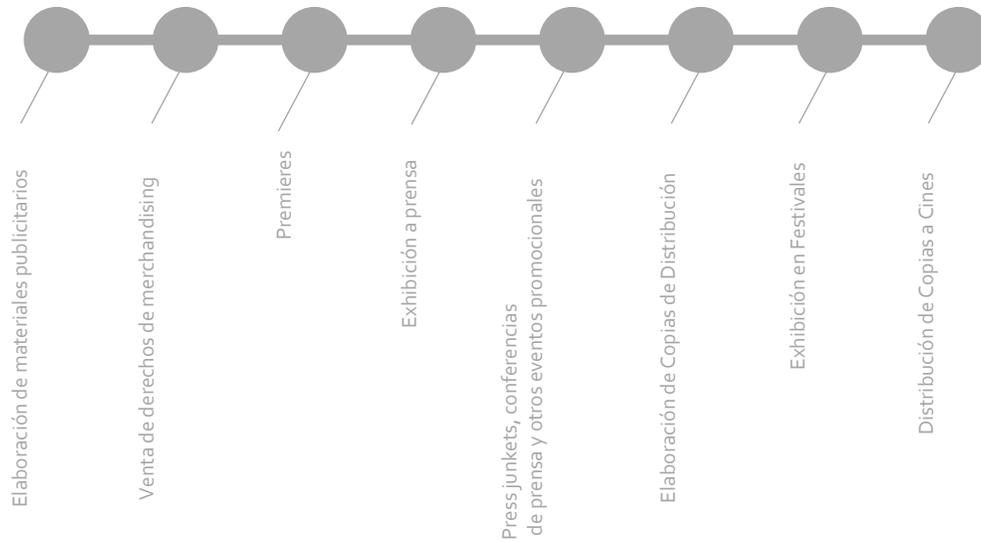
MERCADEO, DISTRIBUCIÓN Y EXHIBICIÓN

Esta es la fase final dentro del proceso de elaborar una película. Corresponde a la fase donde la película es exhibida en cines y otras plataformas, incluidos los formatos caseros y el streaming, esto debido a las enormes ganancias que se generan en esta fase.

Las tareas de esta fase en la distribución son:

- Planeación y Elaboración de materiales publicitarios
- Venta de derechos de merchandising
- Premieres
- Exhibición a prensa
- Press junkets, conferencias de prensa y otros eventos promocionales
- Elaboración de Copias de Distribución
- Exhibición en Festivales
- Distribución de Copias a Cines

Figura 5



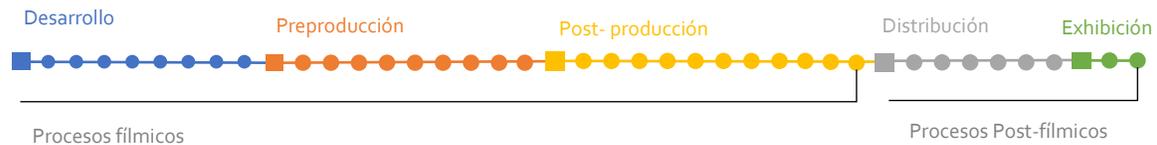
Las tareas de esta fase en la exhibición son:

- Exhibición local e internacional
- Venta de derechos en otras ventanas (DVD, Pago por evento, Cable Premium, Cable Básico, TV abierta, internet y VOD Streaming)
- Distribución de DVDs

Figura 6



Figura 7



1.2. El caso de *La Cuarta Compañía*

Exactamente un año después de que Paul Leduc pronunciara en la ceremonia del Ariel el discurso con el que inicia esta investigación, la película *La 4ª Compañía* lograría diez estatuillas en la edición número 59 del mismo certamen, para ese momento sólo los 212 miembros de la Academia mexicana y los asistentes al Festival de cine de Guadalajara de 2016 habían visto la película, dando un peso contundente a las palabras de Leduc “las películas no se censuran, pero no se ven”.

La razón por la que seleccioné esta película para ejemplificar los procesos descritos en este capítulo, no es porque los hayan cumplido a cabalidad, sino por lo opuesto; para lograr que la película viera la luz, los directores y también productores, tuvieron que tomar desviaciones de la ruta convencional, que, a pesar de los pronósticos, logró su estreno en salas comerciales con relativo éxito más de un año después de la ceremonia en la que se coronó como máxima ganadora, esto justo por haber brincado algunos obstáculos o convencionalismos de la industria como describo a continuación a partir de una entrevista con los directores:

DESARROLLO

La concepción de esta película le tomó diez años de investigación a la entonces guionista Mitzi Vanessa Arreola, quien acude a Amir Galván Cervera para la dirección, ambos terminarían dirigiendo, produciendo y distribuyendo el filme.

PREPRODUCCIÓN

Esta fase se inició diez años después del desarrollo, si bien el financiamiento provino de fuentes públicas como EFICINE, para conseguir la totalidad de los recursos fue necesaria la negociación con personas clave como una serie de productores, productores asociados y ejecutivos con amplia experiencia y conocimientos de cómo opera la industria.

Aquí fue tomada una decisión importante, rodar la película en la locación original en la que sucede la historia, el penal de Santa Marta Acatitla, y no en un ambiente menos costoso y más controlado como podría ser un foro o estudio, lo que a nivel creativo le aportaba realismo, pero trajo sus consecuencias como negocio.

PRODUCCIÓN, RODAJE O FILMACIÓN

Muchas de las decisiones tomadas en la preproducción se vieron afectadas al llegar al momento de la filmación, imprevistos como el remplazo de última hora de un actor o la postergación de la filmación por la enfermedad de otro, así como filmar en un ambiente poco controlado y que dependía de factores externos a la producción, generaron retrasos y endeudamientos.

MERCADEO, DISTRIBUCIÓN Y EXHIBICIÓN

Esta fase hizo a los directores replantearse su rol de meramente creativo a operacional y nivel administrativo, incluso sobre cómo se iba a promocionar la película, ambos tuvieron que negociar con distribuidoras y exhibidoras para lograr que la película se estrenara en salas comerciales, incluso tuvieron que hacer por su propia cuenta labores de promoción en

redes sociales y hasta generaron una plataforma propia para la venta de boletos en línea.

Es importante mencionar que es la primera película mexicana que se negocia para plataformas de streaming antes de su estreno comercial, lo que entorpecía las negociaciones con las distribuidoras.

FICHA TÉCNICA:

- Codirigida por: Amir Galván Cervera y Mitzi Vanessa Arreola
- Escrita por: Mitzi Vanessa Arreola
- Productores: Mónica Lozano Seran, Amir Galván Cervera, Ozcar Ramírez, Mitzi Vanessa Arreola, Michel Merkt
- Coproductores: Juan E. GARCÍA, Luis Ángel RAMÍREZ, Maja ZIMMERMANN, Alan JONSSON GAVICA, Joakim ZIEGLER, Øyvind STIAUREN
- Productores Ejecutivos: Sandra PAREDES ORIHUELA, Luz Ma. REYES GIL, Erwin NEUMAIER, Eamon O´FARRILL, Donald RANVAUD, Layda NEGRETE, Roberto HERNÁNDEZ
- Productores Asociados: Inna PAYÁN, Tita LOMBARD, Simón BROSS, Caroline DHAINAUT, Maite ARGÜELLES, Marco Antonio SALGADO
- Director de Fotografía: Miguel LÓPEZ
- Música Original: Renato DEL REAL, Ramiro DEL REAL, Takaakira & quot; TAKA" GOTO, Javier UMPIERREZ
- Postproductores: Joakim ZIEGLER, Øyvind STIAUREN
- Supervisor de Efectos Visuales: Ricardo ROBLES RAMÍREZ
- Casting: Alejandro CABALLERO, Mara GUTIÉRREZ

CAPÍTULO II

MECANISMOS DE CONTROL

"Toda persona tiene derecho a tomar parte libremente en la vida cultural de la comunidad, a gozar de las artes y a participar en el progreso científico y en los beneficios que de él resulten".

Declaración Universal de Derechos Humanos

Hacer cine no es fácil, mucho menos barato, se requiere de mucho trabajo de muchas personas, pero sobre todo de apoyo económico de muchas instancias, públicas y privadas, para poder concluir una película en los términos ideales de calidad, costo, alcances, audiencia, etc. A cambio de esos apoyos, muchas veces necesarios, los creadores ceden parte del control que tienen sobre los resultados, tanto creativos como económicos. Mantener el control puede ser una labor todavía más extenuante que realizar la película, como bien lo expresaron Amir Galván y Mitzi Arreola (Galván, 2018), directores y productores de la película *La 4ª Compañía* (Galván, *La 4ª Compañía*, 2017).

Esos apoyos se convierten en mecanismos de control, ya sea privados como los patrocinios, o las condiciones de distribución y exhibición, de las que hablo en el siguiente capítulo, o bien, de parte del Estado, cuya forma más evidente es a través de las políticas culturales que impulsan principalmente a la producción. Una política como estas es el Estímulo Fiscal al Cine (EFICINE 189), que funciona como apoyo para los contribuyentes, y que, como se establece en el Artículo 189 de la Ley del Impuesto sobre la Renta (LISR) impulsa la producción, postproducción y distribución de largometrajes de ficción, animación y documental. Este estímulo ha demostrado ser una herramienta eficaz para elevar la producción fílmica nacional, así lo demuestra el número creciente de películas que producidas cada año (IMCINE, 2016).

En el presente capítulo hago un análisis, en una primera fase, de la función de las políticas culturales, su descripción, importancia y como afectan éstas a la industria del cine y las

producciones nacionales y cómo articulan a la industria cinematográfica, de la que hablo en el capítulo anterior, en una segunda parte profundizo en la operación de estas políticas aplicadas al cine, principalmente las que brindan apoyos como EFICINE y por último analizo el caso particular de la película *Guten Tag, Ramón* (Ramírez Suarez, 2013), que tuvo una peculiar trayectoria en la obtención de recursos.

2.1. Políticas Culturales

Paul Samuelson en su libro *Economía*, afirma que la intervención del Estado en la vida de las personas y los ciudadanos se justifica de acuerdo con criterios de eficiencia, equidad o estabilidad, o en ocasiones en una combinación de estos (Samuelson, 2010). Si esto es cierto, o parcialmente aceptado, para la economía, las infraestructuras, la sanidad, la industria o la educación, cabe preguntarse ¿es también cierto y aplicable para la cultura?

El promotor cultural Luis Ben Andrés lo ejemplifica desde la postura neoliberal, afirmando que la intervención del Estado se reducirá al mínimo y dejará la cultura en manos de las reglas del mercado, confiando que éste regulará la actividad cultural dotándola de libertad y de eficacia económica. Por otro lado, pensando desde la socialdemocracia, ésta será partidaria de una intervención más directa y mayor en el ámbito de la cultura, confiando que así se producirá mayor equidad, un mejor e igualitario acceso a los bienes y productos culturales por parte de la población que contarán con bienes y servicios culturales redistribuidos equitativamente (Ben Andrés, 2016).

La intervención del Estado en la cultura sucede a través de la Políticas Culturales, que el administrador José Enrique Ortiz define como el conjunto estructurado de acciones y prácticas sociales de los organismos públicos y de otros agentes sociales y culturales, en la cultura; entendida esta última tanto en su versión restringida, como es el sector concreto de actividades culturales y artísticas, pero también considerándola de manera amplia, como el universo simbólico compartido por la comunidad (Ortíz Rosas, 2016).

El profesor Vidal-Beneyto se acerca al concepto de política cultural tanto desde un sentido de lo político como lo social y lo comunitario, sin identificarlo exclusivamente con lo estatal o gubernamental, en este sentido afirma que la política cultural podríamos definirla como el conjunto de medios movilizados y de acciones orientadas a la consecución de fines, determinados éstos y ejercidas aquéllas por las instancias de la comunidad — personas, grupos e instituciones— que por su posición dominante tienen una capacidad de intervención en la vida cultural de la misma. Una definición en la que encontramos muchos de los elementos que definen a la política: Objetivos, acciones para alcanzarlos, promotores de ambos y capacidad para plantear y ejecutar en el ámbito deseado (cultural en este caso) (Vidal-Beneyto, 1981).

Resulta igualmente interesante el recorrido que realiza por las diversas tipologías de política cultural hasta ese momento histórico. Esencialmente distingue tres tipos de política cultural en función de los fines que persigue y conforme a tres paradigmas bien diferenciados:

- Políticas culturales fundamentadas en el **paradigma del mecenazgo**. Caracterizado por la ayuda a la creación artística y cultural, propia del ámbito que, habitualmente, se designa como cultura cultivada o alta cultura. Advierte el autor que, pese a su apariencia de desinterés, el mecenazgo busca hacer coincidir la orientación de la creación artística/cultural con los intereses del mecenas, normalmente un poderoso (iglesias, monarquías, Estado, burguesía, etc.)
- Políticas culturales fundamentadas en el **paradigma de la democratización** de la cultura. Vertebrado en la dimensión de lo democrático, con una doble vertiente: primero democratizar la decisión cultural en el sentido de que sea el *demos* quien, a través de sus representantes, decida qué cultura hacer, para quién, con qué medios y en qué sectores esencialmente. La segunda vertiente tiene que ver con el hecho de tratar que la cultura hasta entonces entendida como un privilegio de minorías se convierta en bien común de la colectividad, de facilitar a todos el acceso a las creaciones artísticas y estéticas, de "popularizar" al máximo la cultura en sentido

tradicional —Bellas Artes, Humanidades, etc.— La base ideológica de este paradigma es la de las democracias triunfantes en la Segunda Guerra Mundial frente a los fascismos totalitarios.

- Políticas culturales fundamentadas en el **paradigma de la democracia cultural**. Resultado, según el autor, por una parte, por cierto, cansancio del bienestar de las sociedades occidentales, de los escasos éxitos de las políticas de democratización de la cultura y, por último, de iniciativas de organismos como UNESCO. La democracia cultural en sus contenidos apunta más a la actividad que a las obras, más a la participación en el proceso que al consumo de sus productos. Reivindica las culturas múltiples de todos los grupos, de todos los países, de todas las comunidades, etc. Es un paradigma ligado al desarrollo social y comunitario.

Las definiciones siempre son cortas cuando se trata de observar lo que sucede en la realidad, ojalá las relaciones entre la cultura y la política fueran tan simples y directas como lo explica la definición anterior, pero Néstor García Canclini es mucho más severo al afirmar que política y cultura son más bien campos de batalla para políticos, artistas e intelectuales (García Canclini N, 1987). Los políticos, afirma, suelen dar por supuesto que la sociedad tiene problemas más apremiantes, sobre todo en tiempos de austeridad, de modo que prefieren dejar que las demandas culturales, se resuelvan en la competencia entre grupos, tendencias y organismo privados, debido a que las actividades del sector cultural sólo interesan a las minorías y repercuten poco en los movimientos electorales.

En el otro lado de la balanza, Canclini dice que los artistas e intelectuales viven lo político como una amenaza, como un territorio inhóspito y ajeno. Ven en los intentos de planificar la cultura conspiraciones contra el arte y aparatos de dominación y control de la creatividad, no sin razón, por ejemplo, la demanda, sin respuesta hasta el momento, que Alejandro González Inárritu, Alfonso Cuarón y otros 100 directores más, hacen a la Secretaría de Cultura, de la que depende el Instituto Mexicano de Cinematografía, para intervenir por las irregularidades dentro de la Sociedad Mexicana de Directores (Gutiérrez Vicente, 2018).

Las Políticas Culturales se encuentran en espacios de existencia dudosa, principalmente porque no hay una coordinación explícita que dé coherencia a las acciones del Estado como ocurre con las Políticas Económicas, por ejemplo. Entonces ¿Se debe conciliar de forma efectiva y positiva a estos “rivales” de forma tal que resulte en un beneficio para ambos, pero en especial para las industrias culturales y para los ciudadanos? O bien ¿se deben separar definitivamente?

Volvemos a Canclini y a una pregunta esencial que se hace ¿Por qué el Estado debe hacer algo con las industrias culturales? Él mismo se responde con el siguiente argumento: "la cultura es asunto de los creadores y del mercado; para que no haya dirigismo político sobre el arte ni las comunicaciones, debe dejarse librado su movimiento a lo que los artistas quieran hacer y a lo que el juego del mercado esté dispuesto a aceptar" (García Canclini N, 2001).

El autor revira y afirma que el panorama actual de las industrias culturales, tal como surge de investigaciones recientes sobre medios masivos y usos económicos de las artes y del patrimonio histórico, nos permite pensar que existen al menos siete razones por las cuales debe legislarse en estos campos. Las razones que da Canclini son las siguientes:

1. Necesitamos actualizar las leyes y crear otras nuevas, porque las industrias culturales han pasado a ser predominantes en la formación de la esfera pública y la ciudadanía, como lugares de información, sensibilización a las cuestiones de interés común y deliberación entre sectores sociales.
2. Es de interés público legislar acerca de las industrias culturales porque tienen hoy un lugar prominente y estratégico en el desarrollo socioeconómico.
3. Si los Estados latinoamericanos se deciden a tomar en cuenta estas funciones económicas y sociopolíticas de las industrias culturales, deben conocer lo que sucede en este campo a fin de desarrollar acciones adecuadas a las necesidades de interés público en la presente etapa del desarrollo cultural. Esto apunta a la necesidad de investigación para contar con diagnósticos sobre financiamiento,

promoción, difusión y recepción de la cultura, propiedad intelectual y derechos de autor, organización industrial de la producción en este campo y acuerdos internacionales.

4. Son necesarias también acciones estatales porque la confrontación de poderosos actores nacionales y transnacionales, así como las demandas sociales referidas a medios masivos e industrias culturales, convierte a éstos en una zona de fuerte competitividad y conflictividad entre intereses públicos y privados.
5. Legislar la acción de las industrias comunicacionales se ha vuelto urgente por la tendencia global a desregular totalmente las inversiones en cultura, con amenazas inquietantes al patrimonio tangible e intangible de cada nación. El lugar común en las polémicas sobre identidad y patrimonio es temer por su "americanización".
6. También importa legislar porque la mercantilización absorbente de las industrias culturales deja desprotegidos a los artistas y consumidores de cultura. No se trata solo de conflictos entre empresas productoras de discos y servidores de internet, porque está sirviendo de modelo para otros conflictos que ya irrumpen al circular por la red películas y libros.
7. Una razón más para legislar sobre industrias culturales deriva de que los iberoamericanos contamos con un desarrollo cultural que nos da ventajas comparativas nada desprovechables. El conjunto de los mercados culturales latinoamericanos, español y de latinos en Estados Unidos suma unos 550 millones de lectores-espectadores-internautas, reales o virtuales.

El autor deja clara la necesidad de crear un marco legal que promueva y proteja a la cultura, lo mismo que sería para cualquier otro objeto de consumo, pero si estas son las razones para legislar, Canclini también nos da referencia para saber lo que las leyes no pueden hacer en materia de Políticas Culturales.

1. La legislación no es solo una cuestión jurídica, sino de política cultural como promoción del desarrollo. La mejor política defensiva de cada cultura no es la que pone aduanas a los bienes y mensajes extranjeros, sino la que fomenta la producción endógena y ayuda a difundirla y entretenerla con la vida social. Las industrias

culturales no incluyen solo las grandes empresas editoriales, musicales y televisivas; tienen que ver también con proyectos de edición y comunicación audiovisual de alcance más corto, pero significativos para una región.

2. La legislación sobre industrias culturales debe articular medidas nacionales con acuerdos supranacionales, sobre todo en los circuitos de países con los que tenemos relaciones socioculturales estratégicas (América Latina, América del Norte y Europa). Lo que puede hacer cada país está entrelazado con lo que se pueda hacer con los otros, creando fondos para producir industrias de cultura a escala latinoamericana o iberoamericana: cine, TV, ediciones, videos, programas informáticos en coproducción diseñada de acuerdo con necesidades de grupos o regiones culturales.
3. Quizá la tarea primordial de las leyes, más que resolver problemas, sea crear condiciones para que los movimientos de la sociedad -o sea lo que las leyes no pueden hacer, las diferentes formas de ser creativo y de comercializarlo, de sociabilizar y de distinguirse de los otros- conviertan los problemas en oportunidades donde diversos grupos encuentren salidas no incompatibles, o no demasiado conflictivas. A la cultura pueden venirle bien, y a veces le resultan indispensables, leyes que limiten la especulación mercantil, el clientelismo político y todo lo demás que trata de usarla para fines ajenos. Pero la cultura no suele avanzar cumpliendo leyes (ni siquiera las del mercado, que poco se dejan ver), sino desplegando lo imprevisto, lo innovador, lo no legislado, lo que no se puede industrializar de una vez para siempre.

Visto lo anterior, es inevitable pensar que las Políticas Culturales en países como México, tienen configuraciones muy lejanas a los proyectos sobre las que se fundaron como los planteados por Vasconcelos, por mencionar un ejemplo, sin embargo, siguen apostando por esos modelos.

No fue si no hasta 1982 en la Declaración de México sobre las Políticas Culturales, celebrada en México, en ocasión de la Conferencia Mundial sobre las Políticas Culturales (MONDIACULT), que se empiezan a definir efectivamente las líneas y orientaciones a

seguir en materia de Políticas Culturales y se afirmó que la cultura es esencial para un verdadero desarrollo del individuo y la sociedad e invoca a las políticas culturales "a que protejan, estimulen y enriquezcan la identidad y el patrimonio cultural de cada pueblo; además, que establezcan el más absoluto respeto y aprecio por las minorías culturales, y por las otras culturas del mundo. La humanidad se empobrece cuando se ignora o destruye la cultura de un grupo determinado" (UNESCO, 1982).

Para redondear la importancia de las Políticas Culturales en México, es importante mencionar lo que a políticas y derechos se refiere la Ley General de Cultura y Derechos Culturales, en su artículo 6º (Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión, 2017).

“Corresponde a las instituciones del Estado establecer políticas públicas, crear medios institucionales, usar y mantener infraestructura física y aplicar recursos financieros, materiales y humanos para hacer efectivo el ejercicio de los derechos culturales”.

Con esto resalta el peso del papel que debería jugar el Estado en la cultura que sucede en el país, y que no siempre se ejecuta correctamente o como bien ejemplifica Michel D. Higgins, cuando fue ministro de Cultura en Gran Bretaña afirmando:

“Cuando asistí por primera vez al Consejo de Ministros de Cultura en 1993 ... se decía que cuando volviera a haber crecimiento económico podríamos hablar de nuevo de proyectos culturales. Por mi parte dije que era precisamente cuando la economía está estancada, cuando no puedes crear empleo al viejo estilo, cuando las personas están afectadas por el racismo, entonces, es cuando hay que intervenir en cultura, porque ello significa invertir en tolerancia, invertir en diversidad, invertir en creatividad e imaginación” (Higgins, 1995).

¿Qué pasa con las Políticas Culturales respecto a la cinematografía?

En lo que toca al cine en México, por su propia naturaleza, se encuentra en una paradoja, por un lado, es tratado como patrimonio cultural del país, una forma de representar la

diversidad, y memoria de un pueblo, por otro lado, es considerado como un bien económico o mercancía, cada caso tiene ventajas y desventajas.

A 20 años de la firma del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN), y su renegociación, vuelven a surgir los cuestionamientos acerca del tratamiento que se le debe dar al cine nacional, si como patrimonio cultural del país, y entonces debe ser medido y regulado por las leyes culturales y apoyado por las Políticas Culturales, quedando fuera de los tratados comerciales, ya que con los bienes patrimoniales de un país no se comercia, o debe ser considerado un bien meramente económico y ser regulado por leyes mercantiles, entonces los recursos que se le otorguen a la producción, distribución, exhibición, importación y exportación deben ser regulados por la Secretaría de Economía.

De momento el cine en México depende del Instituto Mexicano de Cinematografía (IMCINE) que a su vez pertenece a la Secretaría de Cultura, así que su sustento depende en gran medida de sus recursos limitados y las Políticas Culturales que de esta emerjan, mientras que son las Cámaras de Comercio, principalmente la Cámara Nacional de la Industria Cinematográfica (CANACINE) como representante de la industria, la que hace las negociaciones en los tratados internacionales, según lo reportado por el diario El Zócalo (Agencia Reforma, 2017), borrando su carácter de patrimonio cultural.

Ante esta situación, en agosto de 2017, la Academia Mexicana de Artes y Ciencias Cinematográficas (AMACC) pronunció su posicionamiento con una carta en la que se expresaba lo siguiente:

“Exigimos que, en las negociaciones del TLCAN, el gobierno mexicano solicite que todos los aspectos relacionados con las industrias culturales, cinematográficas y audiovisuales de México sean excluidos del Tratado para garantizar la existencia de la producción (bienes cinematográficos y culturales) y la circulación de la expresión cinematográfica y audiovisual mexicana (servicios), para que gocen de la protección más amplia por ser un derecho humano y no se les

considere como simples servicios transfronterizos, ya que implican la triple dimensión de desarrollo humano (creativa, simbólica y económica). En ese sentido, exigimos que México se adhiera a la opinión de Canadá para no incluir a las industrias culturales en el Tratado, como creadores nos unimos a la propuesta de la Alianza de Artistas de Cine, Televisión y Radio Canadiense que ha planteado que: La exención cultural debe ser mantenida y fortalecida. Debe reforzarse considerablemente cambiando la definición actual de las industrias culturales y eliminando la cláusula sin perjuicio que autoriza represalias contra medidas que han sido incompatibles con el acuerdo si no fuera por la exención” (AMACC, 2017).

La paradoja de la doble naturaleza del cine mexicano continúa, mientras que productores, directores y creadores siguen luchando por posicionar las películas como productos que representen la cultura del país, las reglas las impone un mercado en el que no cabe la cultura, y las leyes no brindan protección, haciendo que el cine, dependa en gran medida de Políticas Culturales como EFICINE.

2.1.1. EFICINE 189

En el año 2017 se produjeron 175 largometrajes; 96 financiados con recursos públicos, en tanto se estrenaron 85 películas en total, con y sin financiamiento de recursos públicos, con 21.5 millones de espectadores. Esto según lo que reporta el IMCINE (IMCINE, 2018). Estos resultados se traducen en más de 68 millones de espectadores para el cine mexicano durante este año, entre la exhibición comercial en salas de cine y las ventanas alternativas, como es la televisión abierta y otras que ofrece el IMCINE a través de programas de alcance nacional como la Semana de Cine Mexicano en tu Ciudad, y las plataformas en internet Cinema México Digital y FilminLatino, según lo que reporta el Anuario Estadístico de Cine Mexicano (IMCINE, 2018).

El IMCINE también reporta que una de las Políticas Culturales que ha demostrado más eficiencia es el Estímulo Fiscal a Proyectos de inversión en la Producción Cinematográfica Nacional (EFICINE). EFICINE 189 es un estímulo fiscal para los contribuyentes, se establece en el Artículo 189 de la Ley del Impuesto sobre la Renta (LISR) y funciona como un apoyo que se otorga a la industria cinematográfica por la producción, postproducción y distribución de largometrajes de ficción, animación y documental, consistente en aplicar un crédito fiscal por el monto aportado a un proyecto de inversión por un contribuyente del LISR (IMCINE, 2017).

El sistema en línea, y manual del usuario para el registro de solicitudes de EFICINE describe este estímulo de la siguiente forma:

El EFICINE permite a los particulares (personas físicas y morales) aportar recursos a un proyecto de inversión cinematográfico y recupera el monto de su aportación a través de una disminución en el pago de su impuesto sobre la renta. El monto de la aportación recuperable (mediante un acreditamiento en el pago del ISR) no puede ser mayor de 20 millones de pesos, ni de 10% del ISR del aportante en el ejercicio anterior (Secretaría de Hacienda y Crédito Público, 2016).

Es decir que a través de EFICINE, los contribuyentes que aporten recursos en efectivo a proyectos cinematográficos en México pueden obtener un crédito fiscal, equivalente al monto de su aportación, para ejercerlo contra el impuesto sobre la renta que generen a partir del ejercicio en el que se determine dicho crédito.

Una producción cinematográfica puede obtener este estímulo creando una empresa responsable del proyecto de inversión en la producción (ERPIP) que ingresará al sistema en línea y llenará el formato de solicitud con la información relativa a la propia empresa, al proyecto de inversión y a los contribuyentes aportantes (CA), adjuntando los documentos digitalizados a que se refieren las Reglas Generales para la Aplicación del Estímulo Fiscal a Proyectos de Inversión en la Producción y Distribución Cinematográfica Nacional (Reglas) publicadas en el Diario Oficial de la Federación, así como en los Requisitos Generales.

Dentro de los 3 meses inmediatos posteriores al cierre del período de que se trate, el Comité sesionará a fin de evaluar la procedencia de la solicitud considerando lo siguiente:

La evaluación elaborada por el IMCINE sobre los *méritos artísticos, culturales y cinematográficos* del Proyecto de Inversión y sólo en el caso que los Proyectos de Inversión tengan los mismos méritos, el Comité tomará en cuenta el orden en el que se haya formalizado el envío de las solicitudes.

A más tardar 15 días hábiles después de la sesión, el Comité notificará al CA y a la ERPIP la resolución emitida. Los proyectos autorizados se publicarán en las páginas de Internet de la SHCP, IMCINE y de la SECRETARÍA (EFICINE, 2016).

De lo anterior surgen dos preguntas:

¿Cómo se determina la evaluación de los proyectos de inversión? Y ¿Bajo qué criterios se determinan sus méritos artísticos, culturales y cinematográficos?

En el Diario Oficial de la Federación (DOF) publicado el 28 de enero de 2016 se establecen las Reglas Generales para la Aplicación del Estímulo Fiscal a Proyectos de Inversión en la Producción y Distribución Cinematográfica Nacional (Diario Oficial de la Federación, 2016), ahí se contestan parcialmente las preguntas.

Ahí se define como Consejo de Evaluación (CE) al creado por IMCINE y conformado por profesionales con experiencia en la cinematografía y que tiene a su cargo emitir recomendaciones no vinculantes respecto de las solicitudes enviadas a través del Sistema en línea.

El CE se organizará en dos grupos de trabajo:

- i. CE Producción: el cual tendrá por objeto emitir recomendaciones respecto de los proyectos de inversión en la producción cinematográfica nacional.
- ii. CE Distribución: el cual tendrá por objeto emitir recomendaciones respecto de los proyectos de inversión en la distribución de películas nacionales.

Los integrantes del CE no podrán participar como empresa responsable del proyecto de inversión en la producción o distribución cinematográfica nacional durante el periodo en el que emitan recomendaciones respecto de los proyectos de inversión de que se trate. Asimismo, deberán abstenerse de opinar y votar en los casos en que tengan algún vínculo con los solicitantes de la aplicación del estímulo fiscal.

La integración y funcionamiento del CE se sujetará a lo establecido por los lineamientos de operación que para tal efecto expida el IMCINE.

La primera pregunta se responde, al menos parcialmente, pero para indagar a mayor profundidad habría que revisar lo establecido por los lineamientos de operación expedidos por IMCINE, y así poder indagar a qué se refieren los méritos artísticos, culturales y cinematográficos.

Según estos lineamientos publicados en el 2017 (IMCINE, 2017), el IMCINE evaluará la viabilidad cinematográfica de los proyectos de inversión que solicitan EFICINE Producción. A su vez, contará con el apoyo de un grupo de trabajo del Consejo de Evaluación denominado CE Producción y que se integrará y funcionará de conformidad con lo establecido en el numeral II de los lineamientos.

La evaluación tomará en cuenta los siguientes aspectos:

- A. Propuesta Cinematográfica
- B. Personal Creativo
- C. Plan de Producción
- D. Presupuesto
- E. Estrategia de Exhibición
- F. Esquema Financiero
- G. En su caso, factibilidad para la conclusión de proyectos en Proceso de Rodaje o Postproducción

Para determinar si el Proyecto de Inversión en la Producción Cinematográfica Nacional presentado cumple con los méritos artísticos, culturales y cinematográficos necesarios, los aspectos mencionados deberán cumplir con las siguientes características:

A. PROPUESTA CINEMATOGRAFICA

El proyecto de inversión deberá contar con un guion escrito de manera profesional y con elementos que apoyen coherentemente los valores conceptuales, estéticos y temáticos de la obra cinematográfica.

B. PERSONAL CREATIVO

Para determinar que el proyecto de inversión cuenta con el personal creativo adecuado para desarrollar y terminar la obra cinematográfica conforme a la ruta crítica establecida por la ERPIP.

C. PLAN DE PRODUCCIÓN

Los elementos del plan de producción deberán ser coherentes entre sí y con el proyecto de inversión. Asimismo, deberán presentarse conforme a lo solicitado en los Requisitos Generales para EFICINE- Producción.

D. PRESUPUESTO

Todos los rubros del presupuesto deberán ser congruentes con el costo total de la película, la propuesta cinematográfica, los elementos del plan de producción, los valores de producción, las necesidades de producción y realización, así como con los costos promedio de la industria cinematográfica nacional.

E. ESTRATEGIA DE EXHIBICIÓN

La ERPIP deberá presentar una estrategia de exhibición.

F. ESQUEMA FINANCIERO

El esquema financiero se compone de todas las aportaciones que recibirá un proyecto de inversión para llevarse a buen término. Lo conforman los aportantes, montos, sus

equivalentes en porcentaje y el tipo de aportación. La suma de las aportaciones deberá coincidir con el costo total presentado en el presupuesto del proyecto de inversión.

G. PROYECTOS EN PROCESO DE RODAJE Y POSTPRODUCCIÓN

Para los proyectos de inversión que soliciten estímulo fiscal para concluir su rodaje o postproducción, además de lo anterior, se evaluarán los méritos artísticos, culturales y cinematográficos de los avances del proyecto al momento de su registro, así como la congruencia con los recursos ejercidos y los procesos faltantes. Se tomará en cuenta también la fundamentación acerca de los motivos que detuvieron el proceso del proyecto, así como la justificación para concluirlo. Para ello deberá cumplirse con lo solicitado en los Requisitos Generales para EFICINE- Producción.

Como puede deducirse de lo anterior, los criterios para determinar los méritos artísticos, culturales y cinematográficos de una producción son ambiguos, y que quedan a criterio del Consejo Evaluador (CE) conformado por profesionales de la industria o bien a criterio de los Contribuyentes Aportantes (CA).

Estas dos situaciones le quitan responsabilidad al Estado y propician la censura. Los productores y directores Amir Galván y Mitzi Arreola (Galván, 2018) lo explican de la siguiente forma:

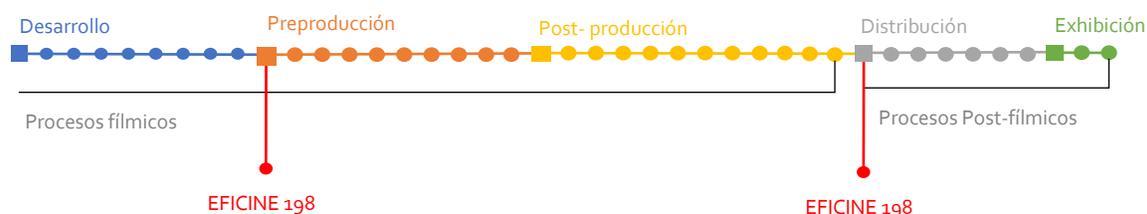
El Estado deja en manos de un promotor la tarea de ir a las empresas a conseguir al contribuyente que haga la aportación. Sin mediación de una autoridad, ese contribuyente puede censurar de facto los contenidos de las películas a su conveniencia o bien, es decisión de ese contribuyente a quién quiere apoyar, es decir, los contribuyentes son marcas y ciertas marcas no se relacionan a ciertos contenidos por no convenir a sus intereses, solicitando modificar el contenido de las películas para favorecer de alguna manera a esas marcas a cambio del apoyo, también puede ser el caso que esos contribuyentes alteren el contenido a su gusto, sin importar la visión artística de los creadores, es decir los méritos artísticos que se consideran para la evaluación de cada proyecto, pasan a un segundo plano.

Uno de los requerimientos de EFICINE es un plan o estrategia de exhibición, que el productor no puede asegurar y el Gobierno debería garantizar, debido a que los tiempos y espacios de exhibición en salas comerciales los determina las exhibidoras, como lo detallaré en el siguiente capítulo.

¿Cómo se articula un estímulo como este en la conformación de una industria cinematográfica nacional?

Tomando el modelo con el que representé a la industria en el capítulo anterior, las políticas culturales, en este caso EFICINE 189 intervendría dentro del proceso de la siguiente forma:

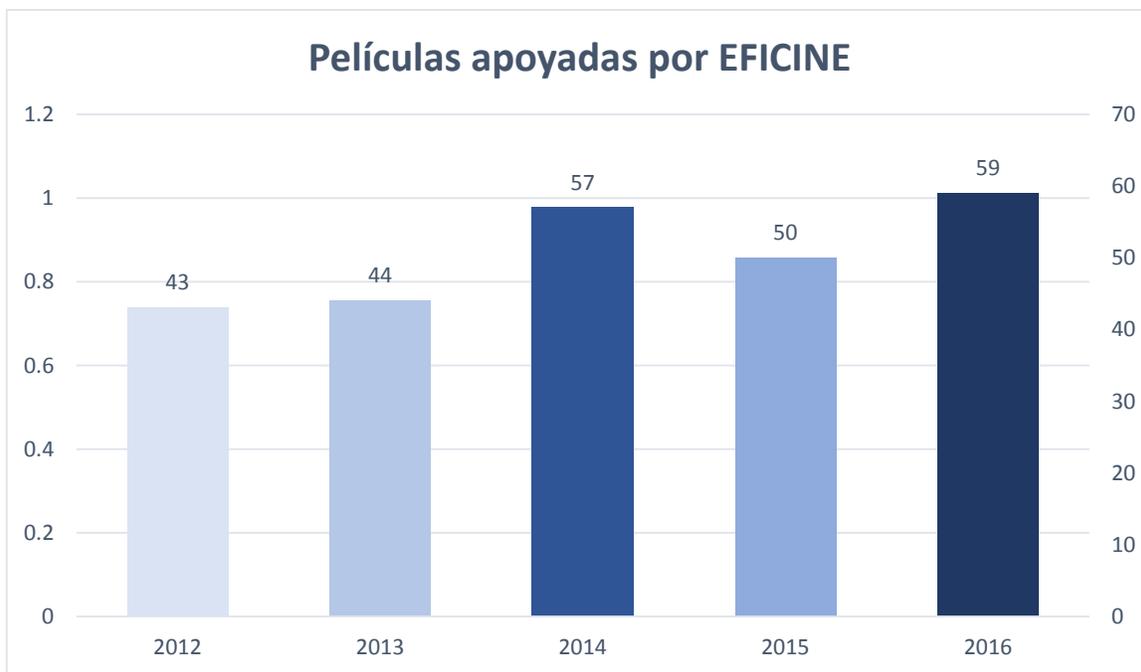
Figura 8



¿Entonces resulta efectiva la forma en la que las Políticas Culturales se están aplicando al cine?

Para poder comprobarlo revisé los proyectos fílmicos apoyados por EFICINE 189, según los datos publicados por el Diario Oficial de la Federación desde el 2012 que entró en funciones el EFICINE, hasta el 2016, y obtuve la siguiente gráfica (DOF, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016).

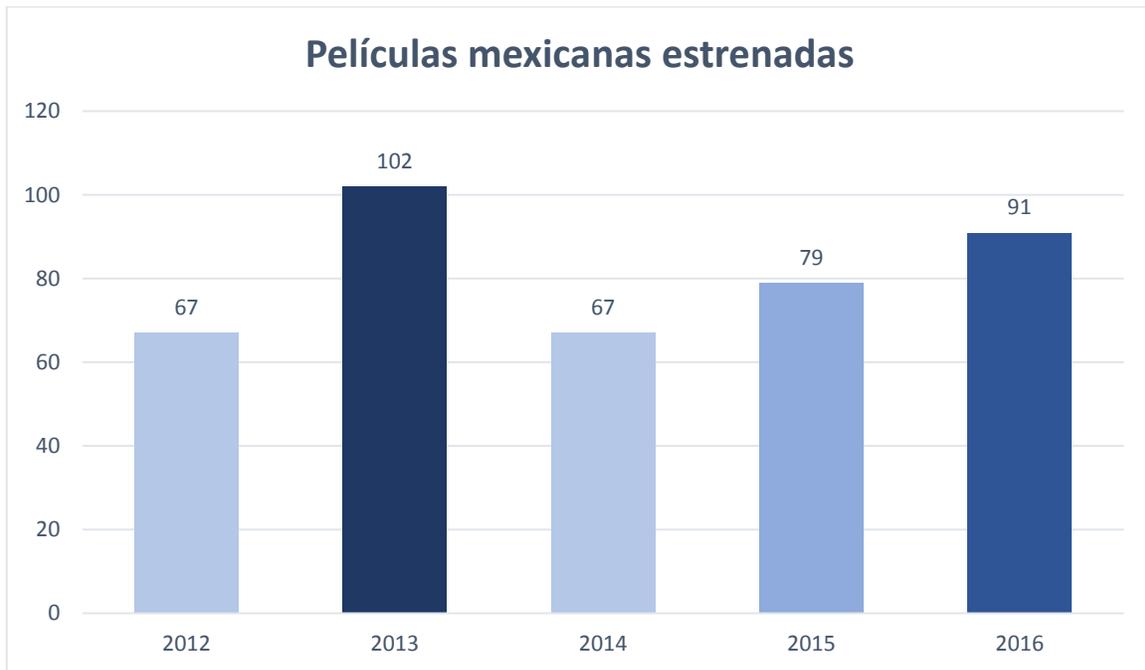
Figura 9



Las películas apoyadas, aunque representan un importante número de producciones realizadas, muestra un crecimiento de apenas 16 realizaciones desde el año de inicio, hasta el 2016, claro que los motivos pueden ser muchos y difíciles de estudiar, desde una cantidad insuficiente de proyectos inscritos o que no hayan tenido las competencias para calificar como proyecto de calidad, etc.

En contraste podríamos revisar el número de películas estrenadas en salas cinematográficas durante el mismo periodo según los datos publicados por la Cámara Nacional de la Industria Cinematográfica (CANACINE, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016).

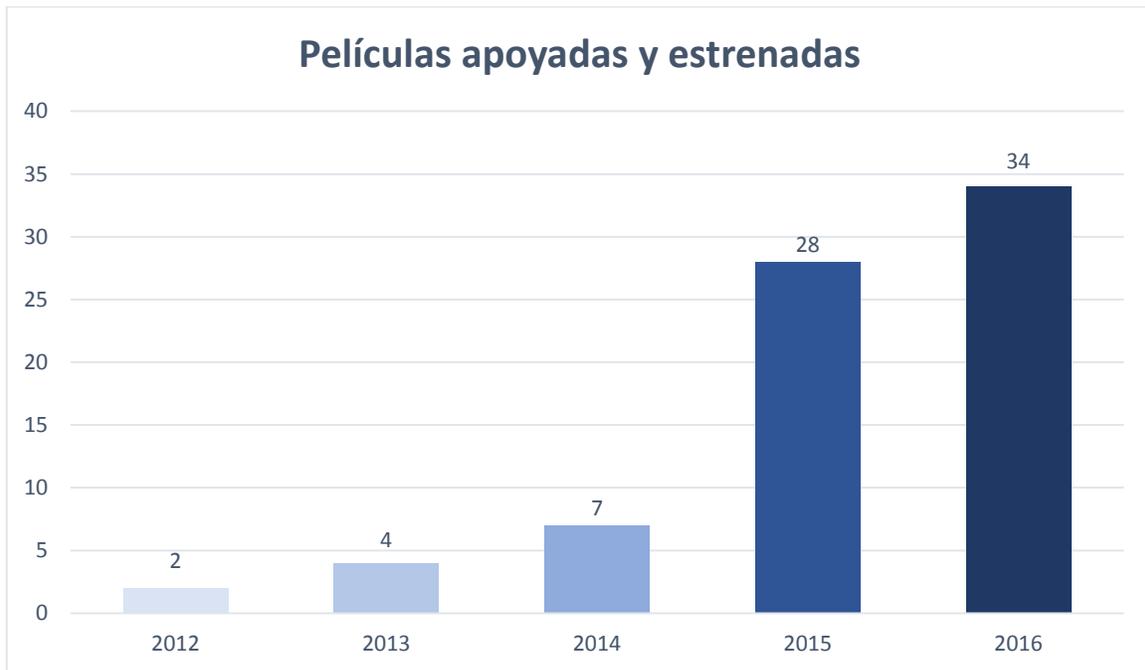
Figura 10



Resulta contrastante el número de estrenos en aumento constante año con año, excepto por el repunte en el 2013, una diferencia de 32 producciones contra el año anterior, lo que lo hace el periodo en el que hasta el momento se habían estrenado más películas en la época reciente. Si comparamos, por ejemplo, las películas apoyadas por EFECINE en el 2016, la diferencia es de 32 películas, menos de la mitad, pero esta diferencia puede deberse a diferentes factores como las fechas de estreno o el tiempo de producción.

¿En realidad cuantas películas apoyas por EFICINE, lograron su estreno? Comparando los datos tanto de los proyectos fílmicos apoyados, con los de la CANACINE, estos son los resultados de películas apoyadas y estrenadas en el periodo.

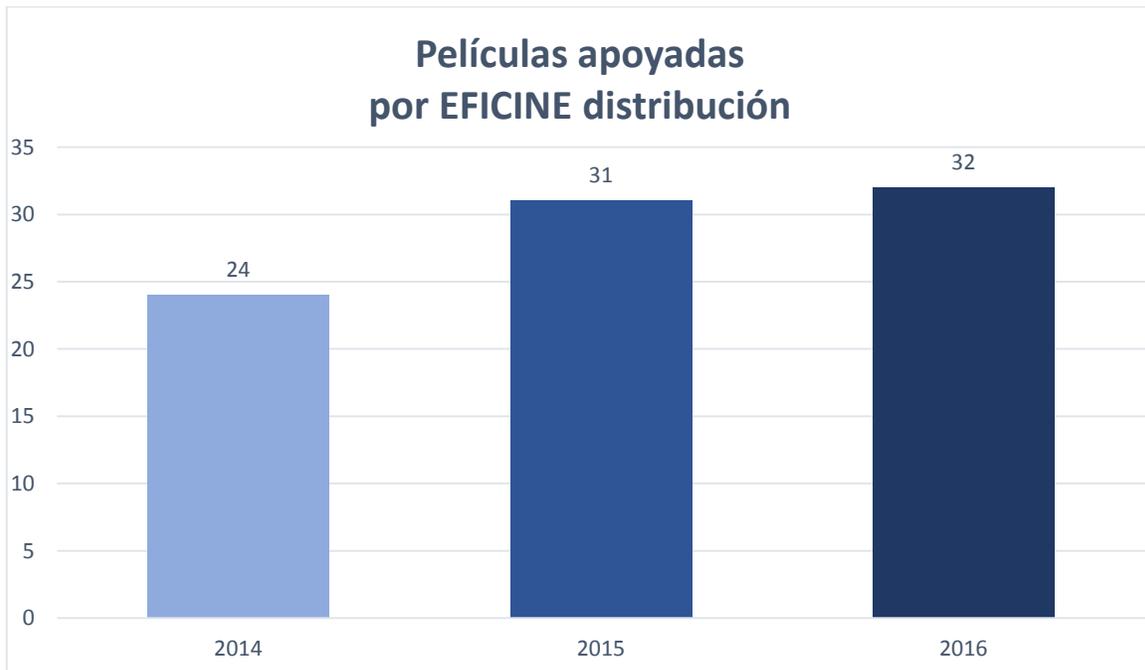
Figura 11



Si tomamos, por ejemplo, el año más exitoso, el 2016, en el que 91 producciones llegaron a las salas de exhibición, poco más de la tercera parte fueron apoyadas por EFICINE, esto podría significar que el programa en realidad no está siendo eficiente en términos económicos, más aún cuando el propio reglamento de EFICINE no sanciona a las producciones por no estrenarse, su único requisito es que la película se termine, y de no ser así simplemente no se podrá volver a acceder a los recursos.

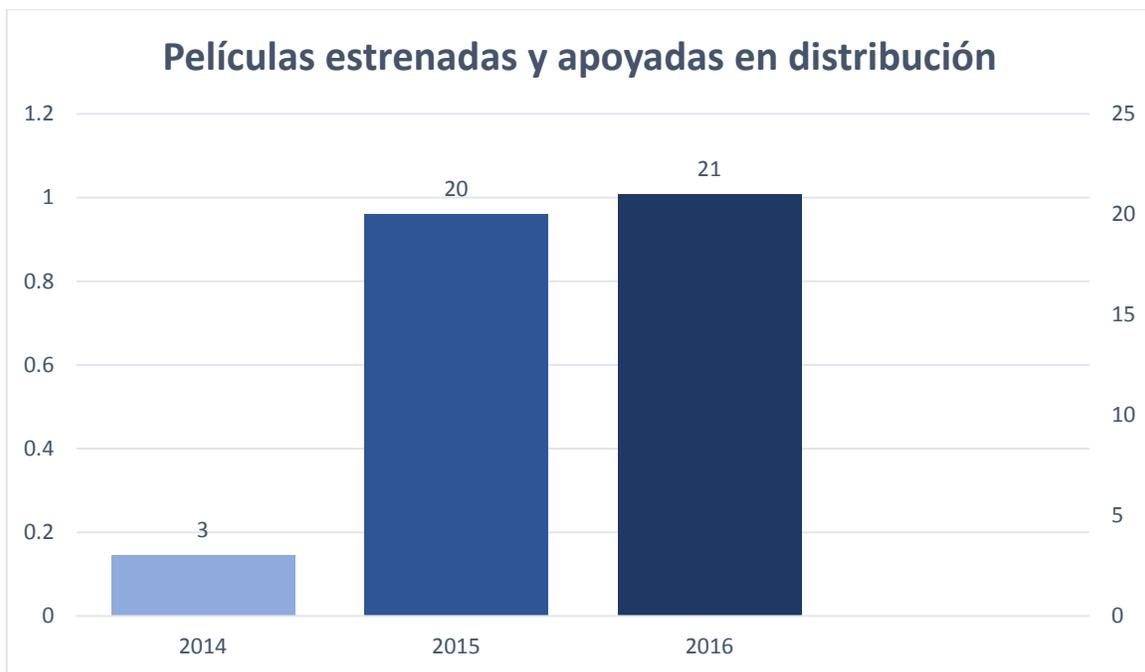
Tal vez para sanear esa diferencia entre las películas producidas, apoyadas y las estrenadas, a partir del 2014 también entro en vigor el apoyo de EFICINE en la parte de distribución, este es el número de películas apoyadas en tres años.

Figura 12



¿Cuántas de estas películas que recibieron apoyo para su distribución lograron estrenarse?

Figura 13



En el primer año de funcionamiento de EFICINE distribución, además de el reducido número de películas apoyadas, es todavía más llamativo las pocas que lograron estrenarse, Siendo la distribución casi el último obstáculo para que una película llegue a salas, llama la atención que, a pesar del apoyo, son pocas producciones las que lo logran. El asunto es que el apoyo en distribución no garantiza que una película logre estrenarse, las razones las explico en el siguiente capítulo.

El director Amir Galván explica el problema con políticas públicas como EFICINE (Galván, La 4ª Compañía , 2017):

“El Estado no se está haciendo responsable sobre a quién le aplica como contribuyente el estímulo, no tiene una oficina para eso, le dejaron una tarea al productor que tiene que ir a la empresas a conseguir un contribuyente, ese contribuyente puede censurar de facto los contenidos que le convienen o que desean apoyar, entonces si son marcas, te van a decir; mi marca no se relaciona a *estos temas*, si no son tus cuates, verán un catálogo y dirán por el gusto, por la censura que implica el gusto, decidir me gusta esta o esta otra”.

Si bien, estímulos como EFICINE han detonado un aumento en la producción, no parece ser suficiente para que el cine llegue a las audiencias y la falta de voluntad política tampoco han permitido el crecimiento de esas políticas.

A pesar de los múltiples ajustes que han tenido los reglamentos de EFICINE 189 desde su creación, no tendrán un verdadero efecto positivo si el Estado no interviene como regulador, incluso, como menciona el productor Simón Bross, no podrá haber una industria sólida si ésta depende de los apoyos que el Estado pueda ofrecer (Bross, 2017).

2.2. El caso de *Guten Tag, Ramón*

Guten Tag, Ramón (2013), la película de Jorge Ramírez Flores fue una de las primeras películas en ser beneficiadas por EFICINE 189, fue estrenada con éxito en 2014 y merecedora de varios reconocimientos nacionales, como el de la Diosa de Plata por mejor película, otorgada por la Cámara Nacional de la Industria Cinematográfica (CANACINE, 2015).

Pero de esta película llaman la atención dos cosas, la primera es la cantidad de apoyos recibidos por parte de EFICINE, los dos primeros en producción, uno en 2012 y otro más en 2013, en esos años la película se titulaba *Buenos días, señor Ramón*.

Un tercer apoyo le fue otorgado en 2014, esta vez para la distribución, pero con una sutil diferencia, ahora la película tenía su título definitivo *Guten Tag, Ramón*.

El cambio de nombre resulta sospechoso, pero las razones pueden ser muchas, como una decisión creativa, además los valores conceptuales, estéticos y temáticos de la obra cinematográfica pueden ser los establecidos por los reglamentos de EFICINE, sin embargo, como mencionamos antes, los criterios para determinar los méritos artísticos, culturales y cinematográficos de una producción son ambiguos, en este caso, para el Consejo Evaluador los méritos fueron suficientes para merecer el estímulo, para el crítico y periodista Alonso Díaz de la Vega no lo fueron tanto o así lo deja ver en la crítica de la cinta que escribió para Excelsior (Díaz de la Vega, 2014):

“A pesar de sus aciertos, *Guten Tag, Ramón* (2013) fracasa en su ejecución cinematográfica debido a un sentimentalismo extremo que ensucia su estilo con lugares comunes... la banda sonora es predecible y entrometida. Describir la forma de esta película, pues, es hablar de un desastre”.

Si bien no quedan claros los criterios de EFICINE, tampoco los méritos para hacer a una película merecedora de un estímulo, no sólo una, sino tres veces, dejando fuera la posibilidad de que otras producciones pudieran verse beneficiadas.

Ficha técnica:

- Dirección: Jorge Ramírez Flores
- Productor asociado: Lawrence Davin
- Coproducción: Thierry Potok
- Producción: Jorge Ramírez Suárez
- Coproducción: Jorge Eduardo Ramírez
- Producción en línea: Horacio Rodríguez
- Música: Rodrigo Flores López
- Fotografía: Carlos Hidalgo
- Edición: Sam Baixauli, Sonia Sánchez Carrasco, Jorge Ramírez Suárez
- Casting: Emilie Stefaner, María Antonia Yanes
- Diseño de producción: Florent Vitse
- Diseño de vestuario: Naomi Crespo, Carmen Praetorius
- Maquillaje: Isaac Lanado Chavira

CAPÍTULO III.

DISTRIBUCIÓN, EXHIBICIÓN Y PRÁCTICAS MERCANTILES

Román Gubern en entrevista con Andrés Barradas (Barradas Gurruchaga, 2017), bien afirma que la historia mundial de cine se formó gracias a lo llamativo de un invento que permitía a la audiencia la posibilidad de asistir otra realidad, distinta a la que ocurre en el día a día, buscaban asistir a las proyecciones en el cine más cercano al lugar en el que habitaban, aunque esto significara desplazarse de localidad. Es así como los primeros empresarios, dueños de los locales, adquirirían grandes infraestructuras para albergar a la mayor cantidad de personas. La exhibición se realizaba de la mano de la distribución, la cual dependía de contar con los rollos de película para poder proyectarla. A veces los pueblos que eran muy cercanos se repartían los días de proyección con una sola copia.

La situación en México es descrita por los autores del libro *Las industrias culturales y el desarrollo de México*, Néstor García Canclini y Ernesto Piedras Feria (García Canclini & Piedras Feria, 2006), anuncian que hasta la década de los ochenta el Estado mexicano patrocinaba los estudios fílmicos como los Churubusco o América, a través de Conacine que apoyaba la producción, contaba con tres empresas para la distribución que eran Pelmex, Pelimex y Cimex, que operaban tanto en el país como en el extranjero, y una exhibidora, la Compañía Operadora de Teatros, Sociedad Anónima (COTSA). Ana Rosas Mantecón, por su parte, en su estudio *Las batallas por la diversidad: exhibición y públicos de cine en México* (Rosas Mantecón, 2004) explica que las políticas privatizadoras, como estrategia intervencionista, era difícil de mantener, ya que eran señaladas como burocráticas e ineficientes debido a la corrupción de los grupos sindicales. Así se privatizaron los Estudios América y se redujo el espacio de los Estudios Churubusco, las distribuidoras estatales quebraron, lo mismo que las salas de cine, así COTSA fue vendida finalmente en 1993.

Román Gubern en entrevista con Andrés Barradas describe como uno de los grandes avances, que operan en la actualidad, tiene que ver con el modelo de negocio de la exhibición llamado Multiplex, un esquema que impera en las salas de cine: dominio del

mercado por parte de unos cuantos con prácticas monopólicas o de oligopolio, salas de cine integradas a grandes centros comerciales, horarios fijos de las proyecciones, precios altos tanto en boletaje como en dulcería, la definición de una cartelera por parte de la compañía exhibidora, entre otros factores (Barradas Gurruchaga, 2017).

Distribución y exhibición parecen unidas irremediablemente, da la impresión de que sin una no existe la otra, y una película realizada en el país debe cumplir el requisito de una para lograr otra ¿necesariamente?

En el presente capítulo analizo las últimas dos partes de la cadena de producción del cine, antes de llegar a las audiencias, la distribución y la exhibición, partiendo de que el Estado está apoyando a que parte de la producción nacional se realice e incluso pueda encontrar a su camino a la audiencia, como se describe en el capítulo anterior, cabe preguntarnos ¿Las condiciones actuales de distribución y exhibición realmente logran hacer más fácil, eficiente y accesible ese camino para que público tenga acceso al cine mexicano? Para contestar a esta pregunta, analizo primero el funcionamiento de la distribución cinematográfica y después el de la exhibición, y, por último, hago foco en caso de la película *La región salvaje* (Escalante, 2016) y su entorpecido recorrido por las salas de exhibición.

3.1. Distribución

En el artículo 16 del capítulo III de la Ley Federal de Cinematografía, se entiende por distribución cinematográfica a la actividad de intermediación cuyo fin es poner a disposición de los exhibidores o comercializadores, las películas cinematográficas producidas en México o en el extranjero, para su proyección, reproducción, exhibición o comercialización, en cualquier forma o medio conocido o por conocer (DOF, 2015).

La periodista Denisse Guluarte describe la distribución cinematográfica con las siguientes palabras:

“Cuando la producción ha logrado cubrir las necesidades

presupuestales y ha concluido su etapa de desarrollo técnico-creativo está listo para su comercialización, es cuando entra en manos del distribuidor que funge como intermediario entre el productor y el exhibidor, dentro de sus responsabilidades entra la campaña publicitaria, las negociaciones del tamaño de la película, el tiempo en pantalla, la fecha de estreno con las exhibidoras nacionales y su explotación a nivel internacional en las diversas ventanas de difusión” (Guluarte, 2017).

Esas responsabilidades que ya fueron detalladas en el primer capítulo incluyen:

- Elaboración de materiales publicitarios
- Venta de derechos de merchandising
- Premieres
- Exhibición a prensa
- Pres junkets, conferencias de prensa y otros eventos promocionales
- Elaboración de copias de distribución o pago del VPF
- Exhibición en festivales
- Distribución de copias a los cines

Según los datos ofrecidos por IMCINE en el último anuario estadístico (IMCINE, 2018), la distribución de cine mexicano sucedió de la siguiente forma:

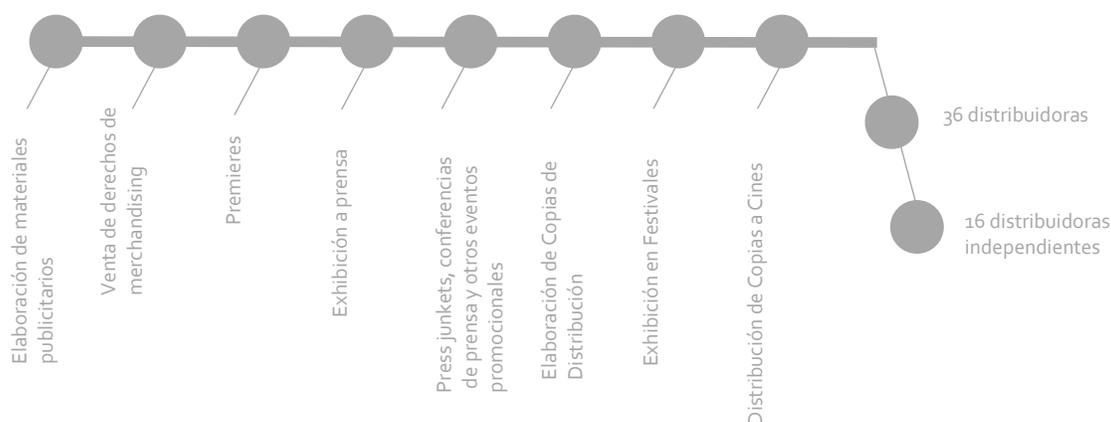
- Las 88 películas mexicanas estrenadas en 2017 fueron lanzadas por 36 distribuidoras
- Videocine fue la distribuidora con el mayor número de estrenos con 8,780 pantallas
- Los estrenos mexicanos llevados a cabo por esta distribuidora alcanzaron 67% de la asistencia
- Sólo una distribuidora filial de Hollywood, Fox, lanzó una película mexicana, con estreno en 654 pantallas, lo que representó 3% de la asistencia a cine nacional
- Artegios lanzó seis títulos con un promedio de 28 pantallas cada uno
- Diamond Films sólo estrenó una película en 800 pantallas que alcanzó 2.6 millones

de asistentes en 3,031 pantallas

- La cadena de exhibición Cinépolis estrenó cinco títulos ahora también como distribuidora, con un promedio de 538 pantallas cada uno
- Un total de 16 películas fueron estrenadas de manera independiente, es decir, por distribuidoras creadas exprofeso para lanzar sólo un título en un reducido número de pantallas, lo que constituyó 28% de los estrenos nacionales

Entonces, en el modelo que se ha estado construyendo a lo largo de esta investigación, las distribuidoras entrarían de la siguiente forma:

Figura 14



Es importante destacar que empresas que dedicaban sus esfuerzos exclusivamente a la exhibición como Cinépolis, han incursionado exitosamente en el negocio de la distribución, lo mismo que compañías de televisión como Televisa que se ha involucrado también en ese proceso de distribución de películas con la empresa Videocine, logrando una buena participación en la industria siendo una de las principales distribuidoras del país.

Llama la atención el caso de Cinépolis incursionando en el negocio de la distribución, la cadena mexicana de cines, que es la más grande en Latinoamérica y la cuarta a nivel mundial, cuenta con 657 complejos y opera 5,371 salas de cine 100% digitales, y anunció

en junio de 2018 su entrada al negocio de la producción cinematográfica, como lo reportó la revista Forbes (Forbes, 2018) además de ya contar con un servicio de streaming Cinépolis Klic, así se posiciona a lo largo de toda la línea de producción.

Mucho tienen que ver las distribuidoras en la industria cinematográfica, afirma en otro artículo la revista Forbes (Forbes, 2013), son el eslabón fundamental para que las películas lleguen a los espectadores. En 2012 lograron recaudar más de 812 millones de dólares en ingresos en taquilla y ayudaron a que se vendieran 229 millones de boletos en el país.

Un ejemplo es lo que Warner logró con *Nosotros los Nobles* (Alazraki, 2013). La distribuidora compró los derechos de la película por 4.5 millones de pesos (mdp) e invirtió 10 más en copias y publicidad. Finalmente, *Nosotros los Nobles* costó 34.5 mdp, una inversión mínima comparada con los 318 millones de pesos que recaudó en sus primeras 10 semanas de exhibición (Forbes, 2013).

Según los datos recabados por Rentrak Corporation, estas son las distribuidoras mexicanas, que cuentan con películas nacionales en su catálogo, y lo que recabaron en el 2012 (Rentrak Corporation, 2012):

- Videocine

Ingresos en la taquilla en 2012: 67 mdd

Videocine actualmente es distribuidor exclusivo en México de las películas de Warner Bros y New Line Cinema. También distribuye las películas producidas por Videocine-Producción y Coyoacán Films. A su vez sub-distribuye el producto de Nuvisión y de Quality Films.

- Corazón

Ingresos en la taquilla en 2012: 51 mdd

Corazón Films fue creada en el año 2008. Actualmente distribuye un promedio de 30 títulos por año, de todos los géneros y tamaños. No distribuyó películas mexicanas.

- Gussi

Ingresos en la taquilla en 2012: 41.5 mdd

Gussi a través de Artecinema, ha sido productor de cine independiente en México. A través de DISTRIMAX como distribuidores de video exclusivos de algunos grandes estudios y su marca propia Videomax. Las películas mexicanas de esta distribuidora son: *Cómo impedir una boda* y *La huésped*.

- Zima

Ingresos en la taquilla en 2012: 28 mdd

Es una empresa que al igual que Gussi, se dedica a la distribución de cine independiente en México y Centro América.

En el anuario estadístico de IMCINE 2015 queda establecido que "...de 47 empresas que participaron en la distribución de las producciones mexicanas, 30 ya han distribuido más de una de película en los últimos años, en tanto que 17 fueron creadas expreso para la distribución de una sola película..." (Barradas Gurruchaga, 2016).

Aquí la verdadera incógnita radica en la razón por la que algunas producciones han preferido la distribución independiente a seguir el camino de las distribuidoras con trayectoria.

Ahora bien, si una de las funciones de las distribuidoras es la publicidad y promoción de las películas, en el caso del cine mexicano no se cumple o no se cumple a cabalidad como lo explica Denisse Guluarte (Guluarte, 2017):

"Los mexicanos desconocen en gran parte el cine que se está produciendo en su país, fuera de las proyecciones de los típicos complejos comerciales el resto del imaginario se encuentra en las sombras, las películas tienen que viajar al otro lado del mundo para encontrar a su público o conformarse con la reducida cantidad de gente que acude a las pequeñas salas de los contados circuitos alternativos".

Claro está que, para realizar el trabajo de distribución de una película, es necesario

contar con recursos, recursos que por lo general salen del presupuesto de producción de la película o bien, desde el 2014, los recursos pueden provenir del Estímulo Fiscal (EFICINE), esto puede representar una alternativa, pero tiene sus inconvenientes como lo explican Amir Galván y Mitzi Arreola, productores y directores de *La 4ª Compañía* (2016) “Muchas veces el estímulo de EFICINE sólo sirve para pagar los sueldos de los distribuidores y no es suficiente para la promoción y publicidad” (Arreola, 2018).

Un factor que influye es la predominancia del cine extranjero, principalmente norteamericano, en la taquilla nacional, lo que le deja poco margen para maniobrar a las distribuidoras del cine nacional, y sí una competencia poco equilibrada por los espacios publicitarios y de promoción, como bien reporta Vicente Gutiérrez en *El Economista* (Gutiérrez, 2015).

La nota también menciona que son pocas las distribuidoras o majors norteamericanas que distribuyen cine nacional o bien, son las producciones las que prefieren acudir a una empresa mexicana, como podría ser Videocine, que junto con ellos diseñarán la estrategia para distribuir su película en espera de que no sea un producto más en la cartelera y poder llegar a más público en salas con un plan no estandarizado.

3.2. Exhibición

En el artículo 18 del capítulo IV de la Ley Federal de Cinematografía (DOF, 2015), se entiende por explotación mercantil de películas, a la acción que reditúa un beneficio económico derivado de:

I.- La exhibición en salas cinematográficas, videosalas, transportes públicos, o cualquier otro lugar abierto o cerrado en que pueda efectuarse la misma, sin importar el soporte, formato o sistema conocido o por conocer, y que la haga accesible al público.

II.- La transmisión o emisión en sistema abierto, cerrado, directo, por hilo o sin hilo,

electrónico o digital, efectuada a través de cualquier sistema o medio de comunicación conocido o por conocer, cuya regulación se regirá por las leyes y reglamentos de la materia.

III.- La comercialización mediante reproducción de ejemplares incorporados en videograma, disco compacto o láser, así como cualquier otro sistema de duplicación para su venta o alquiler.

IV.- La que se efectúe a través de medios o mecanismos que permitan capturar la película mediante un dispositivo de vinculación para navegación por el ciberespacio, o cualquier red similar para hacerla accesible en una pantalla de computación, dentro del sistema de interacción, realidad virtual o cualquier otro medio conocido o por conocer, en los términos que establezcan las leyes de la materia.

La periodista Denisse Guluarte define la exhibición cinematográfica de la siguiente forma:

“El proceso de exhibición como último eslabón de la cadena consiste en la comunicación pública de la película producida, cuando se cumple el objetivo final de la industria. La industria cinematográfica requiere lo mismo que cualquier otro negocio, un funcionamiento acorde a la ley de oferta y demanda. Para que exista una relación entre creador y espectador, cada proceso debe abrir paso al siguiente, la exhibición necesita recaudar lo suficientes ingresos para cubrir el monto invertido, y reunir una ganancia significativa para una próxima producción. El resultado ideal, que la producción de cine en México a pesar de ser el cuarto país con mayor asistencia a salas no está obteniendo” (Guluarte, 2017).

En el capítulo I de esta investigación se detallan las funciones de las compañías exhibidoras de la siguiente forma:

- Exhibición local e internacional
- Venta de derechos en otras ventanas (DVD, pago por evento, cable premium, cable básico, TV abierta, Internet, video on demand y streaming)

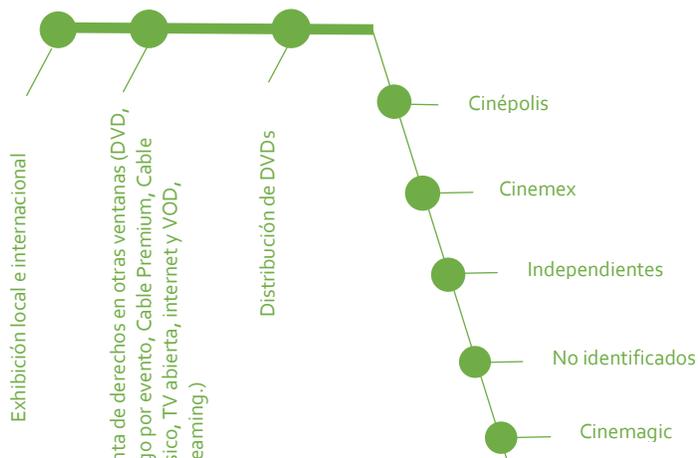
- Distribución de DVDs

Según los datos ofrecidos por IMCINE en el último anuario estadístico (IMCINE, 2018), la exhibición de cine mexicano sucedió de la siguiente forma:

- Hay en el país 6,438 pantallas ubicadas en 816 complejos
- 3,031 salas de exhibición pertenecen a Cinépolis
- 2,541 son propiedad de Cinemex
- 433 pantallas pertenecen a empresas de exhibición independientes
- Cinemagic cuenta con 74 salas
- CitiCinemas cuenta con 45
- Otras empresas con nombre no especificado cuentan con 247 salas
- 88 películas nacionales fueron estrenadas en salas, lo que representó 21% del total
- Sólo tres filmes nacionales se estrenaron en más de mil pantallas en el país
- En 2017, las películas nacionales alcanzaron 6% del total de los ingresos obtenidos en la taquilla en México, con 7% de la asistencia y 21% de estrenos en salas
- La Cineteca Nacional fue el complejo cinematográfico con más estrenos de cine mexicano en 2017, llevó a cabo 58% de los lanzamientos nacionales
- En el país se contabilizan 143 festivales de cine
- En 2017 se lograron contabilizar 499 cineclubes

Entonces, en el modelo que he estado construyendo a lo largo de esta investigación, las exhibidoras entrarían de la siguiente forma:

Figura 15



Con los datos anteriores a la vista, parece que lo único que destaca son los pocos exhibidores contra la población y la extensión tan amplia, como la que tiene nuestro país, a simple vista, podría decirse que el único problema es el dominio casi exclusivo que tienen dos empresas sobre el mercado de la exhibición.

Un factor importante para mencionar y que ha cambiado el negocio de la exhibición en México es el llamado modelo Multiplex o Megaplex, un término para denominar a los complejos de exhibición con múltiples salas, generalmente ubicadas dentro de centros comerciales en puntos de alta afluencia. A propósito, Nelson Carro, director de programación de la Cineteca Nacional, comenta en entrevista para esta investigación, “la ampliación de la experiencia cinematográfica ya no es sólo palomitas, ahora son restaurantes, cafés y compras, la gente tiene más razones para quedarse en el complejo que sólo la película” (Carro, 2017).

Pero además de incentivar el consumo, el modelo tiene varios beneficios en términos de costo para los exhibidores, a una película le va mal en taquilla, pero se compensa con dos a las que le van bien, el riesgo es diversificado, apoyado por la eliminación de gastos de personal, un proyccionista atiende seis salas y un taquillero que atiende 10, además de la venta de boletos en línea, así la fórmula minimiza riesgos y optimiza gastos gracias a las salas digitales, las películas se exhiben una tras otra, como productos en serie, reduciendo al máximo el tiempo entre una y otra, para poder proyectar más, lo que le da preferencia a películas con menor duración.

¿Qué sucede con la exhibición del cine mexicano? Para efectos de las producciones nacionales la Ley de Federal de Cinematografía en su artículo 19 establece que:

“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” (DOF, 2015).

Lo que coloquialmente se conoce como la “cuota de pantalla”, es decir hay mecanismos legales que, en teoría, obligan a los exhibidores a tener en cartelera un número preciso de películas.

Sin embargo, en la misma ley no hay claridad sobre varios aspectos:

1. La Ley no menciona si la cuota del diez por ciento del tiempo reservado para la exhibición de cine nacional se refiere al 10% por complejo o por compañía exhibidora.
2. Establece una cuota, pero no un horario para la exhibición.
3. Establece que la facultad para imponer sanciones en caso de incumplimiento corresponde a la Secretaría de Educación Pública o a la Secretaría de Gobernación indistintamente, pero no establece a cuál de las dos corresponde la vigilancia del cumplimiento de la ley.
4. Las sanciones que la ley establece son:
 - a) Amonestación con apercibimiento
 - b) Clausura temporal o definitiva de los espacios o locales
 - c) Multa de cinco mil a quince mil veces el salario mínimo general diario vigente en el Distrito Federal (ahora Ciudad de México) a la fecha en que se cometa la infracción

En este punto una nota de *El Economista* de Vicente Gutiérrez aclara “El promedio de cuota de pantalla para películas mexicanas fue de 21%, esto es, por cada 100 estrenos de películas en salas de cine, 79 correspondieron a filmes extranjeros y sólo 21 filmes nacionales”, da a conocer el estudio del Instituto Belisario Domínguez del Senado de la República (Gutiérrez, 2018).

En esa misma nota se cita a la directora de cine Lucia Carreras que explica:

“Para mí, el principal problema hoy en día se encuentra en el espacio de exhibición para las películas realizadas en el país. Siento que hay producción suficiente y de calidad, pero los espacios están copados por cine de Hollywood y las películas mexicanas son maltratadas en ese terreno. Las fechas y pantallas para estreno son limitadas, es imposible competir contra el marketing de películas norteamericanas y, aunque ha habido una mejora en términos de darle espacio al cine nacional, se limita a cierto tipo de cine. Es un tema fundamental que se pueda lograr en el TLCAN la excepción cultural, para trabajar con la Ley Cinematográfica y proteger la cinematografía nacional en ese terreno”.

En la LXIII Legislatura (2015-2018) del Congreso de la Unión se encuentran pendientes 16 iniciativas para fortalecer la industria cinematográfica en México a través de reformas legales como: a) triplicar de 10 a 30% el tiempo total de exhibición para la proyección de películas nacionales en salas cinematográficas del país, así como incrementar el tiempo mínimo de permanencia de filmes nacionales en salas cinematográficas, de una a tres semanas; b) exentar del pago de impuestos al boleto de entrada a filmes nacionales, así como facultar al Instituto Mexicano de Cinematografía para autorizar las películas que serán consideradas de producción nacional y que gozarán del beneficio fiscal referido. Además, una de las iniciativas propone expedir la Ley del Banco de Fomento a la Industria Cinematográfica entre otras más que están pendientes (Senado de la República, 2015-2018).

Si bien éstas pueden ser iniciativas que, en principio, parecen una buena idea, habría que analizarlas con detenimiento, desde todas sus aristas y con las perspectivas de todos los actores involucrados para comprender su viabilidad.

3.2.1. Prácticas mercantiles VPF (Virtual Print Fee)

Una de las prácticas mercantiles que imponen los exhibidores para que una película pueda estrenarse, es una cuota conocida como Virtual Print Fee (VPF).

La propia evolución del cine hizo que la proyección también cambiara y pasó de proyectar películas en filme de manera análoga, a proyectar de manera digital. Tradicionalmente, las distribuidoras debían elaborar una copia de la película por cada sala en la que la se estrenara, pero la llegada del cine digital modificó esta práctica. Las exhibidoras, principalmente Cinépolis y Cinemex, invirtieron importantes cantidades de dinero en digitalizar sus salas, es decir, cambiar de la proyección análoga a la proyección digital.

Las distribuidoras ya no deben pagar las copias, Andrés Barradas explica que la copia de una película en 35 milímetros, en el 2013 rondaba los 12,000 euros (Barradas, 2016).

La digitalización eliminó la necesidad de hacer copias, y en teoría una reducción en los costos de exhibición, sin embargo, Barradas también comenta que se planteó un esquema de recuperación para las exhibidoras por la digitalización de las salas mediante el cual las compañías distribuidoras se obligan a pagar una cuota, llamada Virtual Print Fee, (VPF), que podría traducirse como Cuota por Impresión virtual, con un costo que llega a ser de hasta 800 dólares en México por cada pantalla en la que la película sea exhibida (Barradas, 2016).

Sin embargo aclara que cada exhibidora tiene sus propias tarifas y reglas a la hora de hacer negociaciones. La variación puede depender de factores como el tamaño de la película y de la estrategia de lanzamiento a nivel nacional, o si es un blockbuster, estableciendo un VPF aproximado de 500 dólares a la semana.

Andrés Barradas traza el camino de la siguiente forma:

“Gracias a los avances tecnológicos la distribución de las películas tiene un camino menos tortuoso. Antes, el proceso involucraba la entrega física de rollos de película, después la emisión virtual de las películas –en el caso de algunos estrenos– vía satélite, pasando por formatos digitales de exhibición, el digital cinema package (DCP) y el ya casi extinto DVD. Desafortunadamente para muchas películas la distribución no alcanza un nivel nacional, o en el mejor de los casos la llegada a las salas de cine se retrasa por meses o incluso años; ya sea por el interés de un público que sigue de cerca las novedades de Hollywood o bien por políticas en los esquemas de distribución tales como la cuota Virtual Print Fee (VPF)”.

Consideremos lo siguiente, existen más de 6,000 pantallas en el país, según datos del IMCINE una película es considerada exitosa cuando se estrena por arriba de las 1,000 pantallas (IMCINE, 2018), y el costo del VPF por pantalla, en caso de que se haya realizado una negociación exitosa, es de 500 dólares. Tomando el dólar en un promedio de 18 pesos, cada pantalla en la que se exhibe una película cuesta \$9,000 pesos, y si la película logró estrenarse en un caso ideal de éxito en 1,000 pantallas, estamos diciendo que sólo de VPF se gastaron \$9,000,000 de pesos.

Ahora, el costo promedio de una película mexicana apoyada por EFICINE, es de 20 millones de pesos, partiendo que esa es la cantidad máxima con la que se apoya una producción. Podemos decir entonces que estrenar exitosamente una película en México cuesta casi la mitad de lo que costó hacerla, aunque lo cierto es que el 90% de las películas mexicanas sólo logra estrenarse en menos de 100 salas.

¿Qué dice la ley mexicana al respecto de las copias de las películas para su exhibición?

La única mención se encuentre en el artículo 22 de la Ley Federal de Cinematografía que dice que los servicios técnicos de copiado o reproducción de matrices de obras cinematográficas que se destinen para explotación comercial en el mercado mexicano,

deberán procesarse en laboratorios instalados en la República Mexicana con excepción de las películas extranjeras que no excedan de seis copias para su comercialización, salvo las disposiciones contenidas en convenios o tratados internacionales (DOF, 2015).

No hay mención sobre el cobro de cuotas, ni ley que lo regule, vigile o permita una competencia justa entre las películas mexicanas de un costo relativamente bajo en comparación con los presupuestos con los que cuenta un blockbuster de una productora mayor de los Estados Unidos.

En un artículo de la revista *Proceso*, Columba Vértiz de la Fuente afirma que el VPF lo impuso Hollywood en todo el mundo buscando que la conversión total de las pantallas en digital se completara hacia 2015 como máximo, o de lo contrario no podrían exhibir los cines las producciones de los grandes estudios porque ya filman en digital casi todas sus historias (Vértiz de la Fuente, 2012).

Necoechea, productor, guionista y director de cine, cuenta para la misma publicación que en Estados Unidos se llegó a ese acuerdo del VPF debido a que la película en 35 milímetros está destinada a desaparecer “por muchas razones, entre ellas el incremento en el precio del petróleo” (Vértiz de la Fuente, 2012).

En cuanto al precio negociable de \$800 dólares por pantalla Necoechea explica que lo determinaron sobre el costo de una copia en 35 milímetros (está en mil dólares en promedio), “pero, aunque el VPF se extrapola a todo el mundo, la reacción es distinta en cada nación”. Explica:

“En los países escandinavos es el Estado es el que adopta y paga la transformación digital, lo mismo pasa en Argentina, Brasil y Francia.”

La razón por la que los exhibidores cobran a los distribuidores se explica en un artículo de *El Economista* de Vicente Gutiérrez:

“El tema de la transformación de cines a lo digital es mundial y la inversión la hacen los

exhibidores, quienes aseguran que los distribuidores son los que se benefician del ahorro que suponen las copias digitales, por eso tienen que recuperar parte de su inversión de alguna manera” (Guiérrez, 2012).

Justo es decir que exhibidores independientes como Cine Tonalá y espacios como la Cineteca Nacional, no cobran VPF a ninguna de las películas que exhiben y también son quienes más cine mexicano programan.

El problema radica en que el cine mexicano es financiado en su mayoría por políticas públicas, lo que establece también un límite y si además de los gastos de producción, publicidad y distribución, se tienen que pagar cuotas por pantalla, que no garantizan el estreno, la exhibición o la permanencia en sala de la película, el cine en México resulta un negocio arriesgado que no cuenta con ninguna protección por parte del Estado.

En el mapeo se visualizaría de la siguiente forma:

Figura 16



3.3. El caso de *La Región Salvaje*

En febrero de 2018 la película *La Región Salvaje* (Escalante, 2016) fue noticia, y no por haber recibido dos años antes el León de plata por mejor director Amat Escalante, en el prestigioso Festival de Venecia o por tratarse de la última producción de uno de los directores mexicanos más reconocidos, la noticia fue a que dos días de su estreno, la cadena exhibidora Cinemex, la sacó de programación con la única explicación de no tener espacio por la cantidad de títulos. Es por lo que la tomo como ejemplo de las prácticas mercantiles que se suscitan en el país.

La cuarta cinta de Amat Escalante es, acorde a su trabajo anterior, una película difícil de digerir para el gran público, sin embargo, la revista Cine Premiere reporta que la película había logrado un acuerdo para su impulso en el Festival de lo Cabos, lo que la llevó a triunfar en Venecia y posteriormente con la crítica (Magaña Arce, 2018), es decir, no había discusión en términos de calidad.

En la misma revista se menciona una declaración del director “Es una situación triste y me da un poco de pena”, afirmó sobre el retraso en su estreno, programado en un principio para

julio de 2017. “No se ha podido estrenar porque no se consiguió el apoyo para el lanzamiento. Y da más tristeza que se pueda ver en otros lugares, lo cual es un gusto, pero antes que en México”.

El apoyo al que Amat hacía referencia era EFICINE, estímulo para distribución que otorga IMCINE. De acuerdo con Cristina Prado, entonces titular del departamento encargado de esta iniciativa, “quienes están en la comunidad cinematográfica saben bien que el Estímulo 189, que es único en el mundo, está diseñado y planeado para apoyar a la distribución y exhibición; y saben que tiene reglas claras y hay requisitos que deben ser cumplidos. En este caso hubo incumplimientos de carácter fiscal. Ellos fueron notificados en tiempo y forma y tendrán posibilidad de volver a aplicar” (Magaña Arce, 2018).

Luego de un segundo intento, la producción consiguió el apoyo y es gracias a eso que estrenaría en México con 100 copias en todo el país.

El director declara para la misma revista “Tuvimos que esperar para tener los recursos necesarios para sacarla como creemos que debe salir. [De haberlo hecho sin el estímulo], pudimos haber estrenado cerca de Venecia con 15 o 20 copias, pero eso no es lo correcto”.

Aún así dos días antes de su estreno, Cinemex, una de las dos exhibidoras más importantes del país, decidió retirar a cinta de la cartelera comercial. De acuerdo con el cineasta, la única razón que la compañía exhibidora dio fue que “no tenían suficiente espacio por la cantidad de títulos que estrenan.

La noticia llegó a oídos del galardonado director Alfonso Cuarón que reaccionó en redes sociales con el siguiente mensaje:



Horas después de iniciada la controversia, ante la sorpresa del público y la polémica generada, Cinemex decidió reprogramar la película en algunos de sus complejos en todo el país. El mismo Cuarón fue quien informó la situación:



El caso es sólo una muestra de que en las decisiones que interviene en la comercialización y exhibición del cine nacional no intervienen más que factores económicos y sociales, ni siquiera contar con el apoyo de políticas provenientes de estrategias del Estado garantizan o

protegen el cine, y este es sólo un ejemplo que tuvo la fortuna de contar con el ruido que puede generar una trayectoria como la de los directores involucrados, lo que me hace preguntarme ¿Cuántas películas no corren con la misma suerte y se quedan en el camino? Sin mencionar las óperas primas.

Al final y según datos de El Economista, la película sólo logró 940 mil pesos en taquilla y alrededor de 14 mil boletos vendidos en su fin de semana de estreno, contra los 8 millones 500 mil pesos y 1 millón 500 mil pesos que la película recibió de Fidecine para ser fondeada.

Ficha técnica:

- Director: Amat Escalante
- Coproducción: Katja Adomeit
- Productora en línea: Karina Blanco
- Productor ejecutivo: Nicolás Celis
- Productor: Fernanda De la Peza
- Coproducción: Maria Ekerhovd
- Coproducción: Amat Escalante
- Productor ejecutivo: Thomas Gammeltoft
- Pos productor: Mette Høst Hansen
- Pos productor: Mikkel Jersin ...
- Música: Martín Escalante, Lasse Marhaug y Guro Mo
- Cinematografía: Manuel Alberto Claro
- Edición: Fernanda De la Peza, Jacob Secher y Schulsinger
- Casting: Martín Escalante, Gabriel Reyes, Daniela Schneider, Ricardo Silvay
Bernardo Velasco
- Diseño de producción: Daniela Schneider
- Decoración: Angela Leyton
- Diseño de vestuario: Paulina Kuznicka, Daniela Schneider y Ursula Schneider
- Maquillaje: Emilio Cortés y Jorge Fuentes

CAPÍTULO IV.

LA AUDIENCIA

Las audiencias somos todos

La ruta trazada por este recorrido a lo largo de la “industria fílmica” del país, alcanza su último destino, al menos por ahora, en la audiencia, esa entidad de millones de cabezas, literalmente, que nos aferramos a ver como algo ajeno a nosotros, a estudiar con curiosidad, pero también con distancia, sin entender que al final del día, cuando llegamos a casa y encendemos el televisor para buscar una buena película, somos una cabeza más de esa entidad, somos parte de la audiencia.

El presente capítulo, busca entender la configuración de las audiencias que actualmente ven cine mexicano, la forma en que se aproximan a las producciones recientes, sus hábitos antes y después de ver una película, en dónde las ven y con qué frecuencia, para así ofrecer un panorama amplio de consumo que nos muestre la ruta más corta y directa entre esa audiencia y los creadores.

Por supuesto que existen diferentes criterios desde los que se estudia y segmenta a las audiencias: la edad, el género, el lugar de residencia, el estrato socioeconómico, el nivel educativo, pero aquí la intención es entender las preferencias a situaciones concretas de recepción.

El objetivo es entender a las audiencias del cine mexicano, qué es lo que ven, porqué lo ven y cómo lo ven, para ofrecer un panorama amplio de su consumo y su acercamiento a al cine que se produce en el país.

Este capítulo se estructura en tres partes: la primera para explicar a profundidad qué es la audiencia y cómo se ha estudiado, en especial para el caso del cine en México, la segunda parte identifica quién ve cine mexicano en México, conectando con capítulos anteriores en los que expongo cómo se configura la “industria” y qué parte de esta es el territorio que el corresponde a la audiencia, y por último, identifica dónde ven cine mexicano los mexicanos, buscando una respuesta a las dificultades que representan la distribución y exhibición, también expuestas en capítulos anteriores.

4.1. ¿Qué es la audiencia?

La respuesta a la pregunta de ¿Qué es la audiencia? O mejor dicho ¿Quiénes son la audiencia? Parece fácil, pero como he descubierto a lo largo de esta investigación, las respuestas dependen de a quién se le hagan las preguntas, así que no hay una forma de definir a las audiencias, pero sí distintas perspectivas. Para encontrar una definición que se ajuste a lo que busca esta investigación, podemos empezar por analizar distintas perspectivas, por ejemplo:

La perspectiva académica

La investigadora Ana Rosas Mantecón afirma que a partir del campo académico se ha estudiado al cine desde casi todas sus aristas y dimensiones, pero como bien lo menciona “El público ha sido el gran ausente en los estudios sobre el cine, tanto de los históricos como de los del campo de la comunicación” (Mantecón, 2012).

La autora reconoce los estudios desde el enfoque histórico de Aurelio de los Reyes, los de enfoques más empíricos como los de Néstor García Canclini sobre consumidores y espectadores de productos culturales, o los de Carlos Monsiváis y Carlos Bonfil sobre los públicos de cine en la Ciudad de México, que aportan interpretaciones importantes de aspectos del cine mexicano, pero que, sin embargo, no son propiamente estudios sobre los públicos y los procesos de recepción de la comunicación fílmica.

Para los investigadores hay una profunda necesidad de segmentar al público por género, por sector social, por regiones (principalmente las que mayor producción cinematográfica tienen) y hasta por su relación con las películas nacionales y las extranjeras, pero en realidad son pocos los que se acercan directamente al público, para producir cine desde el público y sus necesidades reales, ampliando su oferta y entendiendo su derecho al entretenimiento desde una perspectiva propia.

La perspectiva mercantil

Para la industria, las audiencias son cifras y segmentos cuantitativos, como queda claro en los reportes que anualmente ofrece la Cámara Nacional de la Industria Cinematográfica (CANACINE) en los que las audiencias se miden por boletos vendidos, cifras en millones de pesos y millones de asistentes (CANACINE , 2018).

La perspectiva publicitaria

Oscar Pedro Billorou define a la audiencia desde la publicidad como quienes toman decisiones, los compradores y/o usuarios típicos del producto o servicio que debe publicitarse, las audiencias son a quienes hay que convencer de las cualidades y beneficios de un producto o servicio (Billorou, 1995).

La perspectiva de la Comunicación

Mario Kaplún define a las audiencias como sujetos comunicantes, capaces de realizar escuchas, lecturas y (tele, cine) videncias inteligentes, críticas y productivas, aunque también, capaces de enchufarse al televisor para desenchufarse del mundo y entrar en una especie de autismo (Kaplún, 1973).

Para efectos de esta investigación, la perspectiva que ofrece el investigador Guillermo Orozco es la más certera, ya que afirma que:

“... las audiencias somos todos, con nuestras resistencias y complacencias a consumir lo ofertado en los medios, con nuestras visiones y ambiciones de y hacia los medios. Todos, con nuestras destrezas cognoscitivas, hábitos comunicativos, pero también con nuestras deficiencias analíticas, carencias informativas, necesidades de comunicación y reconocimiento. Las audiencias somos sujetos capaces de tomar distancia de los medios y sus mensajes, pero también sujetos ansiosos de encontrar en ellos lo espectacular, lo novedoso, lo insólito, todo eso que nos emocione, nos estremezca, nos divierta y nos haga salir, aunque sea por momentos, de nuestra rutina y existencia cotidiana (Orozco, 1997)”.

En ese sentido ¿No es el cine la ventana de escape más grande que existe?

El autor también afirma que como audiencia no se nace. Las audiencias se van haciendo de distintas maneras, aunque quizá la predominante sea la manera auspiciada por los mismos medios: audiencias pasivas, acríticas, simplemente espectadoras.

Las audiencias también son sujetos situados, pertenecientes a varias instituciones simultáneamente, de donde adquieren sus identidades y producen sentido a sus prácticas, capaces de organizarse, de disentir, de manifestarse públicamente, de defender sus derechos a la comunicación, aunque también capaces de enajenarse ante los contenidos de los medios, de ser recipientes pasivos de sus mensajes.

Lo cierto es que la aproximación que tiene Guillermo Orozco de las audiencias las coloca también como sujetos culturales, capaces de significar su producción material y simbólica, pero también de reproducir sin cuestionar las significaciones ofrecidas en los medios. En tanto sujetos, las audiencias son activas y, a veces, hiperactivas, capaces de construir a partir de su vinculación con los medios, pero también de dispersarse y perderse en lo banal, vehiculado por ellos.

Desde mi propia experiencia como espectador, no siempre se es audiencia de la misma manera. La interacción con los medios varía, de medio a medio y también con relación a diferentes prácticas y hábitos o subrayando lo que afirma Orozco “Las audiencias se van constituyendo en lo que son, fundamentalmente a través de sus procesos de recepción interacción con los diversos medios y como resultado de las mediaciones que ahí intervienen” (Orozco, 1997).

Es necesario entender a las audiencias que participan de producciones mexicanas, para así poder ofrecer un diagnóstico que sirva como base para un acercamiento más directo y próximo entre las producciones y dichas audiencias. Entender la configuración de las audiencias que actualmente acuden al cine, también nos permite entender a la parte de la población que está siendo relegada de estas experiencias y que no puede ejercer su derecho al entretenimiento. Es importante identificar y definir las audiencias del cine mexicano, comprender cómo afecta su acercamiento a la producción del cine, para entonces identificar quiénes son los que no lo ven y las razones por las que son excluidos.

Los factores por los que una audiencia se acerca o se aleja del cine producido en México son diversos, y tiene que ver con la facilidad de acceso al cine en sus diversas plataformas, la diversidad de producciones, la calidad de estas y las formas en las que se comercializa.

Entender quiénes ven el cine que se produce en el país, podría guiarnos a pensar en cuál es el cine que demandan y cuál es el cine que deberíamos producir, no por estadísticas o por contar con un actor o actriz en específico, sino por comprensión de la audiencia que lo consume y lo busca.

Si podemos entender a un país por el cine que produce, entonces podemos entender a país por quienes consumen ese cine.

4.1. ¿Quién ve cine mexicano en México?

Según datos del Anuario Estadístico de Cine Mexicano 2016, publicado por el Instituto Mexicano de Cinematografía (IMCINE, 2017), en el 2016 se produjeron 162 películas en México, de las cuales el 55% (94 películas) recibieron algún apoyo del estado. La asistencia a películas mexicanas en salas de cine fue de 30.5 millones en ese mismo año.

¿Qué culpa tiene el niño? (Loza, 2016) Fue la película mexicana con mayor asistencia con 5.9 millones de espectadores, la comedia y/o comedia romántica fue el género con mayor asistencia al cine mexicano con 67% y fue la Cineteca Nacional la sala que estrenó un mayor número de producciones nacionales, 50 películas que representan el 56% de los lanzamientos nacionales³.

Otros datos del ya referido Anuario Estadístico de Cine (IMCINE, 2017), en lo que se refiere al consumo, las familias mexicanas gastaron 11,224 millones de pesos en la adquisición de servicios ofrecidos por la industria cinematográfica y acuden al cine dos veces al año en promedio.

Sin embargo, la asistencia al cine tiene una marcada preferencia por el cine realizado en Estados Unidos, como queda patente en su participación en el mercado de exhibición en México, con los indicadores de asistencia e ingresos referidos por IMCINE. La mayoría de los filmes conforman una oferta para un público familiar con Disney y Warner como las distribuidoras que dominan este listado de los 10 filmes más taquilleros y Videocine como la distribuidora líder del país.

Por otro lado, comprender cómo afectan los fenómenos como la globalización de la cultura y los usos de la tecnología, es más sencillo entender cómo es que las audiencias se aproximan a los fenómenos culturales/comerciales como lo es el cine.

³ Independientemente de la nacionalidad de las películas, el terror fue el género cinematográfico que reportó gran parte de la taquilla en México, irónicamente son escasas las producciones de este género en el país y su exhibición a veces se limita a muestras o festivales especializados como *Mórbido* o *Macabro*.

En *El consumo cultural en México* Néstor García Canclini (García Canclini N, 1993) asevera que el diseño e implementación de las políticas culturales que se desarrolló a lo largo del siglo en un contexto antidemocrático consideraba innecesarias las evaluaciones sobre su relación con las necesidades y demandas de los públicos.

Por su parte Ana Rosas Mantecón (Mantecón, 2012) hace un recorrido por los estudios públicos de cine y los espacios de exhibición en México, explorando a los espectadores en el marco de la reestructuración del mercado audiovisual y los hábitos de consumo cultural.

Buscando una aproximación desde la política económica del cine, Vincent Mosco explica que “La economía política es el estudio de las relaciones sociales, particularmente de las relaciones de poder, que mutuamente constituyen la producción, distribución, y consumo de recursos” (Mosco, 2006). Desde este punto de vista, los productos de la comunicación como las películas y las audiencias son los recursos primarios.

En otras palabras, en un sistema de mercado, los productores responden a las demandas de los consumidores y, al mismo tiempo, las necesidades y deseos de los consumidores son moldeados por la oferta disponible del mercado. Diferentes modos de producción determinados por contextos socio históricos y estructurales configuran distintos patrones de consumo y prácticas culturales entre los consumidores.

Antes de hablar de quién ve el cine tendríamos que comprender la configuración de los distintos espacios en los que se ve el cine y la manera en la que se ve.

4.2. ¿Dónde ven cine mexicano los mexicanos?

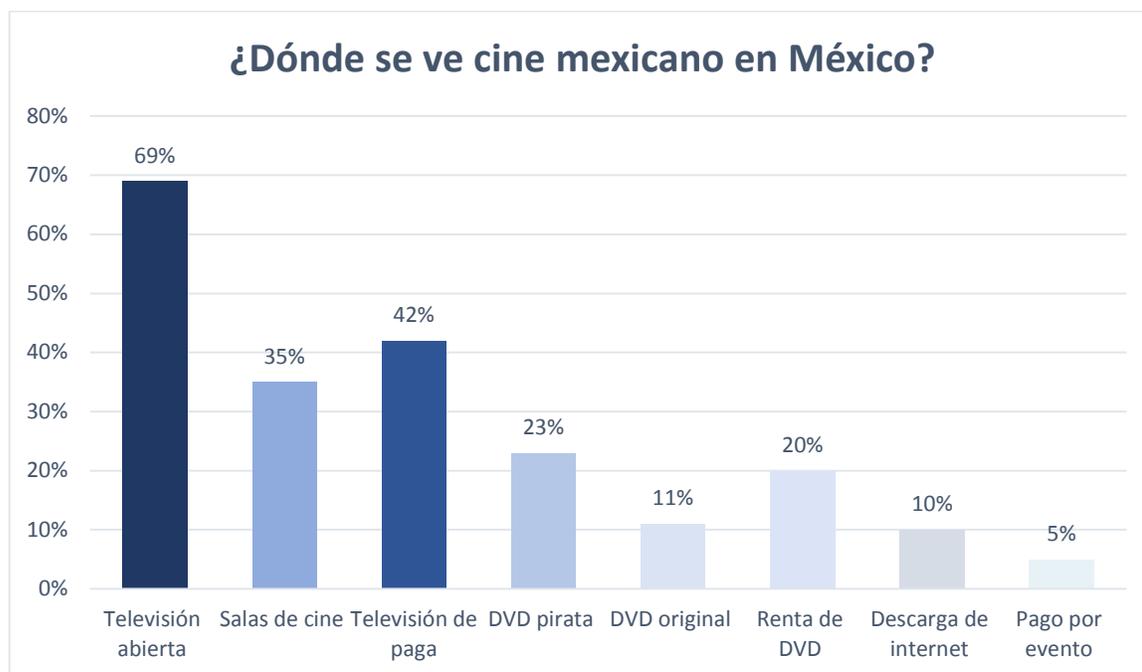
De las salas de cine al cine en dispositivos

El primer instinto apunta a pensar que el cine se ve en el cine, es decir en las salas de exhibición, pero el crítico de cine y periodista independiente Arturo Aguilar en entrevista para esta investigación, da pistas interesante sobre otros horizontes a los que mira la audiencia, afirma que se tienen que hacer estudios serios sobre las plataformas digitales

como FilminLatino, Cinepolis Klic o Netflix, que incluso está produciendo sus propios contenidos y que están, de alguna manera acaparando parte de las audiencias del cine (Aguilar, 2017).

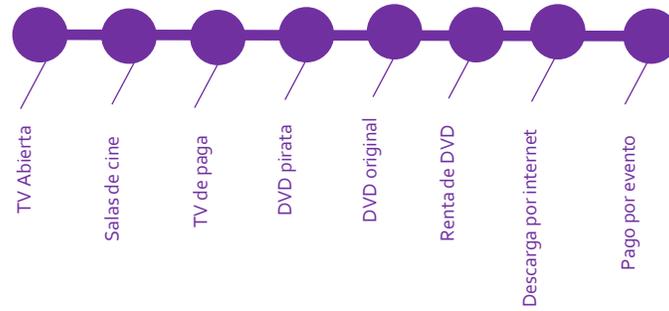
Es decir que las pantallas de los complejos cinematográficos no son las únicas ventanas de exhibición, ni en las que se ve más el cine nacional, entonces ¿Dónde ven más cine mexicano los mexicanos? Según lo publicado por el Anuario Estadístico de Cine (IMCINE, 2017) estos son los formatos en los que se ve el cine mexicano en México:

Figura 17



En el modelo de producción se vería de la siguiente forma:

Figura 18



Para que una película logre la recuperación de su inversión, debe aventurarse en otros canales, lo que ha generado una nueva generación de espectadores, educados con la pantalla televisiva y más acostumbrados a los contenidos digitales, como lo resalta García Canclini “Sólo los que crecieron con los videos tienen una relación "natural" con la pantalla televisiva y les afecta menos la diferencia con la espectacularidad de las salas” (García Canclini N, 1995).

De las películas transmitidas por TV abierta privada, 35% fueron mexicanas, 5% más que en 2015. En promedio, al día se transmitieron cuatro películas nacionales en TV abierta. Las películas mexicanas producidas desde 2000 tuvieron 52 millones de espectadores en TV abierta privada y 4.8 en TV abierta pública. 12 037 transmisiones de películas mexicanas en TV de paga (IMCINE, 2017).

La televisión en México completó este año la transición a señal digital (Secretaría de Comunicaciones y Transportes, 2016), lo que trajo mayor oferta de canales y modificó las prácticas de las audiencias. En este contexto, el tiempo destinado a ver películas se redujo, en parte debido a la transmisión, del 5 al 21 de agosto, de los Juegos Olímpicos de Río de Janeiro 2016. Los niveles se ubican incluso por debajo de lo registrado en 2014, cuando se transmitió el Mundial de Fútbol (IMCINE, 2017).

No obstante, en televisión abierta privada los filmes continuaron como el segundo género con mayor audiencia (18.76%), sólo por debajo de las telenovelas y por encima de noticieros, series, eventos deportivos y programas de concurso. En cuanto a la televisión

pública, son el cuarto género más visto. La programación de películas y sus transmisiones se redujo para llegar a las cifras más bajas desde que se inició el registro en 2010, sobre todo en emisoras como Proyecto 40 (TV Azteca), Imagen TV y Canal 34 del Sistema de Radio y Televisión Mexiquense (IMCINE, 2017).

El cine nacional representó 35% de la programación, 5% más que en 2015. En promedio, se transmitieron cuatro filmes mexicanos al día. Canal 9 transmite casi en su totalidad películas nacionales, con 99% de su programación cinematográfica. En Canal 2, 94% de las películas fueron mexicanas y el resto iberoamericanas. Azteca 13 aumentó de manera significativa su cuota con respecto al año anterior: 58% de los filmes transmitidos fueron del país. Los canales 5 y 7 transmitieron casi exclusivamente cine estadounidense (IMCINE, 2017).

Una de las novedades más importantes de la televisión abierta privada fue la creación de Imagen Televisión, que inició transmisiones el 17 de octubre. En su programación ofrece noticieros, ficción, caricaturas, entretenimiento y deportes; aunque también incluye películas, en 2016 no transmitió ninguna cinta mexicana (IMCINE, 2017).

No se aceptan devoluciones (Dervez, 2013) fue la película con el mayor número de telespectadores. Con dos transmisiones, en marzo y octubre, llegó a 6.5 millones de televidentes. De las 10 películas con más telespectadores, siete se transmitieron en Canal 5, dos en Canal 2 y una en Canal 7 (IMCINE, 2017).

De las 10 películas con mayor audiencia en Canal 2, ocho fueron nacionales de reciente estreno en salas, muestra de que el cine mexicano contemporáneo cuenta ya con una amplia aceptación y se ha convertido en un contenido atractivo.

El referido anuario (IMCINE, 2017), informa que los canales 5, de Televisa, y 7, de TV Azteca, cuyo perfil de programación está dirigido a jóvenes de clase media, incluyen principalmente blockbusters estadounidenses de reciente estreno en géneros como acción, drama y animación. Aunque Azteca 13 ha incorporado al cine mexicano en su

programación, por lo general son películas de la época de oro transmitidas en horarios de poca audiencia. Proyecto 40 transmite películas de distintas épocas y nacionalidades en diferentes horarios para un público diverso.

La cinematografía nacional de reciente factura ha encontrado en estas emisoras un importante espacio para llegar, a través de una amplia gama de temáticas y géneros, a un público diverso, lo que nos lleva a reflexionar sobre la televisión como una importante ventana para la exhibición, más allá de lo que parecen representar las salas independientemente del prestigio y tradición que significan estas últimas.

De las películas producidas a partir del año 2000, 46 se estrenaron en televisión abierta privada, con un total de 52 millones de televidentes. Destaca que en los primeros lugares de este recuento se ubican filmes producidos y estrenados en los últimos tres años, es decir que a pesar de que la televisión está siendo desplazada por otros medios como el *Video on Demand* (VOD), el cine mexicano está encontrando un nicho importante en esta.

En la programación de los canales públicos siguen incluyéndose clásicos del cine nacional, como *La perla* (Emilio Fernández, 1947) y *Mi querido capitán* (Gilberto Martínez Solares, 1950); junto con otros de más reciente producción, como *Quemar las naves* (Francisco Franco, 2007) y *Nortado* (Rigoberto Perezcano, 2009). También se emitieron telefilmes realizados con apoyo del IMCINE como *Hecho en China* (Gabriel Guzmán, 2012) y *En el ombligo del cielo* (Carlos Gómez, 2012). Películas recientes conviven junto con películas clásicas.

El cine ocupa un lugar relevante en la programación de las emisoras de paga en general y no sólo en los canales especializados.

El seguimiento de la audiencia resulta complejo ya que existen más de 40 canales enfocados a series y películas, junto con muchos otros que en algún momento incluyen filmes. La cinematografía nacional encuentra aquí un importante nicho de público: los canales De Película y Cine Mexicano exhibieron más de 3,000 títulos cada uno. En la

televisión de paga hubo un total de 12,037 transmisiones, según lo publicado por el Anuario Estadístico de Cine Mexicano, 2016 (IMCINE , 2017).

Entre las películas con mayor audiencia hay ocho títulos mexicanos. Sobresalen en las preferencias del público cintas de la época de oro, como las estelarizadas por Pedro Infante, a diferencia de la televisión abierta, donde las películas de reciente producción tienen cada vez más presencia. Los canales con mayor audiencia son Golden y De Película.

La gráfica en la figura 17 muestra que los formatos caseros, DVD y Blu Ray Disc (englobados genéricamente en esta investigación como DVD), siguen siendo un modo de acceso al cine nacional, aunque esté decayendo en sus números. IMCINE reporta que la autorización de películas para su distribución en DVD se ha reducido en más de 60% desde 2012. En 2016 se autorizaron títulos provenientes de 32 países para DVD y de 21 para Blu-ray. Estados Unidos es el país con más títulos, 56% del total para DVD y 70% para Blu-ray. Los títulos mexicanos alcanzaron 10% del total para DVD y 8% para Blu-ray. 23% de las películas mexicanas estrenadas en el año se distribuyó en DVD/Blu-ray. 40% de las películas mexicanas estrenadas se localizó en el comercio informal.

Las autorizaciones para distribuir películas en DVD han disminuido en más de 60% desde 2012. Esto se relaciona directamente con el incremento de plataformas digitales y sitios de internet que ofrecen películas y otros contenidos audiovisuales. Asimismo, los puntos de venta y renta de DVD/Blu-ray cada vez son menos. Las tiendas departamentales y las especializadas, como Mixup, han reducido su catálogo de manera considerable. La empresa Blockbuster, que se transformó en B-Store y en marzo de 2016 aún tenía 140 tiendas, a finales de año dejó de existir.

Las películas son el contenido audiovisual con el mayor número de autorizaciones de la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía para DVD, seguidas de las series. Este año no se autorizaron telenovelas, lo que coincide con el lanzamiento de la plataforma Blim de la empresa Televisa. El número de títulos autorizados para Blu-ray se mantuvo en

los mismos niveles que en 2015. En este formato las películas fueron también el contenido audiovisual con más autorizaciones, 82% del total, seguidas de las series, con 11%.

De las películas que solicitaron autorización para su distribución en DVD en 2016, 13% fueron mexicanas, cifra superior a 9% registrado en 2015 y 2014, pero inferior a 20% en 2013 y 19% en 2012. En el caso de Blu-ray, representaron 10% del total, el porcentaje más alto desde que se inició este registro en 2012.

Como se menciona anteriormente, se registraron 17 empresas que distribuyeron cine mexicano en 2016. Entre ellas destaca Cine, Video y TV, con 34% del total; Alhaville, con 21%, y Zatmeni, con 10%. Las tiendas departamentales y especializadas incluyeron en sus catálogos cine mexicano de reciente estreno; 42% correspondió a 2014, 38% a 2015 y 20% a 2016.

En México, el DVD se mantiene como una de las principales formas en que se distribuyen contenidos audiovisuales de manera no legal, tanto estrenos blockbuster de Hollywood como buena parte de los lanzamientos nacionales. En algunos puntos donde se encuentran mercados de nicho se comercializa también cine de arte, de culto y clásicos de la cinematografía internacional, tal es el caso de las intermediaciones de la Cineteca Nacional (IMCINE, 2017).

En 2016, el sondeo sobre piratería en DVD/Blu-ray incluyó todas las regiones del país, en mercados, plazas públicas y calles de 12 ciudades, cuatro más que en la edición anterior del Anuario estadístico de cine mexicano. Si bien los clones de copias adquiridas previamente al estreno son la principal fuente para el comercio informal, se siguen encontrando videgrabaciones realizadas directamente en salas de cine, sobre todo cuando se trata de películas de reciente lanzamiento. Con un claro conocimiento del mercado del cine nacional, los comerciantes han desarrollado prácticas cada vez más sofisticadas. Por ejemplo, si el comprador solicita un título, se contacta a un distribuidor clandestino, por lo general en la Ciudad de México, quien envía de manera electrónica un archivo que el vendedor graba en DVD.

Este año, 40% de las películas mexicanas estrenadas se localizó en el comercio informal, con lo que se mantiene el mismo nivel que en 2015. El precio promedio de la copia no legal en DVD fue de 20 pesos (1 dólar), esto según los datos que reporta una encuesta de medición de la piratería, realizada por la Coalición por el acceso legal a la cultura A.C. en conjunto con el Instituto Tecnológico Autónomo de México (Coalición por el acceso legal a la cultura A.C., Instituto Tecnológico Autónomo de México , 2017).

Por otro lado, el Video on Demand (VoD) se consolida como una práctica de consumo audiovisual cada vez más extendida en México. A diferencia de lo que ocurría hace unos años, cuando este servicio era ofrecido sólo por las empresas de cable, ahora se ha vuelto un mercado cada vez más complejo de medir, toda vez que intervienen tanto compañías tradicionales de TV de paga como las llamadas OTT (Over-The-Top), que son aquellas que transmiten o difunden contenidos a diferentes dispositivos, como smartphones, tabletas o smart TV. Una de sus características es que no requieren de infraestructura propia para su transmisión; por ejemplo, Netflix se vale de la infraestructura tecnológica de Telmex e IZZI, entre otros, para ofrecer sus servicios.

El número de suscriptores o usuarios de plataformas digitales aumenta cada año. Gracias a ello, el mercado mexicano de distribución de contenidos bajo demanda se ha posicionado como el mayor en Latinoamérica, por encima de Brasil, Argentina y Colombia.

En 2016, las plataformas digitales en el país experimentaron nuevos acomodos: de acuerdo con datos de la empresa The Competitive Intelligence Unit,¹ Netflix concentró 70% del mercado de OTT con 4.4 millones de suscriptores, 1% más que el año anterior. A su vez, Blim, de la empresa Televisa, surgió para competir en el mercado de VoD. En el año operaron 17 plataformas digitales que ofrecen diferentes tipos de películas. Si bien Netflix, Clarovideo y Blim concentran más de 90% de los suscriptores, existen perfiles de público y contenidos cada vez más diversos, lo cual permite consolidar la presencia de distintas cinematografías.

Este año dos películas se estrenaron directamente en plataformas digitales sin pasar por salas de cine: *México bárbaro* (Varios, 2014) en Netflix; y *El mural no es como lo pintan* (varios, 2016) en iTunes y Google Play.

El cine mexicano sigue posicionándose dentro de esta oferta, en buena medida gracias a la creación de cuatro plataformas digitales públicas: FilminLatino, Cinema México Digital (antes Pantalla Digital Cinema México), Pantalla CACI y Retina Latina. Complementarias entre sí, estas plataformas se enmarcan en una visión institucional acerca del papel que deben desempeñar las herramientas digitales para promover la exhibición de la cinematografía nacional, sin embargo, en un análisis realizado para esta investigación, Netflix fue la plataforma con mayor número de películas mexicanas en su catálogo según datos obtenidos directamente de los catálogos de estos servicios.

Si bien las plataformas digitales legales han diversificado su oferta y las opciones para que la audiencia pueda acceder a películas mexicanas, el consumo no legal permanece como una forma de acceder a títulos de reciente estreno y de difícil acceso a través de otras ventanas. Así como el consumo legal se ha ampliado, las descargas y visualizaciones no legales se han expandido.

Con base en esta investigación, Netflix representa la mayor plataforma de exhibición del cine mexicano, solamente por la cantidad de filmes nacionales con los que cuenta su catálogo, mayor que cualquier otro canal de streaming.

Buena parte de las películas mexicanas que se visualizan de manera no legal no siempre pueden encontrarse en sitios legales. Ante ello, cobra relevancia la estrategia de colocar los filmes tan pronto como sea su estreno, o incluso de manera simultánea, para generar mayores posibilidades de acceso legal.

Para la realización de este apartado, tanto para las plataformas gratuitas como para los sitios no legales del buscador de Google y del portal YouTube, se consideraron las siguientes variables:

- La película está disponible o no en la web
- Resultados verificados con los que se puede acceder a la película
- En qué modalidades se encuentra (online/descarga)
- Si se acumuló un contador de visualizaciones y descargas por película
- Fecha en que la película llegó a las plataformas digitales gratuitas
- Preferencia de modalidades para encontrar un título: páginas online, de descarga, blogs personales e incluso links en redes sociales

Se realizó una búsqueda por título de cada película mexicana estrenada en salas de cine entre 2014 y 2016. Se contabilizó un total de 238 filmes: 68 de 2014, 80 de 2015 y 90 en 2016 en las modalidades de:

- Online/descarga: visualización y descarga de películas sin costo
- Online: visualización de películas de manera gratuita sin descarga
- Descarga: archivos de películas mediante links de descarga sin costo

Se encontraron 67 películas mexicanas estrenadas en salas de cine en 2014-2016. En conjunto, éstas registraron 7.7 millones de reproducciones.

Por su parte, el trailer en internet, especialmente en YouTube, sigue siendo una de las estrategias de difusión más importantes para el cine nacional, pues 96% de los títulos tuvieron uno como parte de su estrategia de lanzamiento (IMCINE, 2017).

Las 238 películas mexicanas estrenadas en 2014-2016 que se buscaron en internet registraron 34.6 millones de descargas en sitios no legales; la que tuvo más descargas fue *Los jefes* (Rodríguez, 2015). Entre los títulos estrenados en 2016, destacan *No manches Frida* (Velilla, 2016), con dos millones de descargas, y *Km 31-2* (Castañeda, 2016), con 1.1 millones (IMCINE, 2017).

Los estrenos de este año tuvieron 8.5 millones de descargas. Se localizó 44% de los estrenos nacionales en 2016. El aumento en este rubro desde 2010, año en que inició el registro, deja ver que las películas fueron rápidamente puestas en los diferentes sitios no legales, como el caso de *¿Qué culpa tiene el niño?* (Loza, 2016), encontrada en 28 sitios no legales, *El cumple de la abuela* (Colinas, 2015), en 27, y *No manches Frida* (Velilla, 2016), y *Rumbos paralelos* (Montero, 2016), en 20 cada una.

Lo primero que destaca es el crecimiento asimétrico de salas contra espectadores del cine mexicano, como lo destaca Marta Fuentes en su estudio sobre la industria cinematográfica mexicana. (Fuentes, 2014), el público es selecto económicamente, pero invierte más en comida y bebida que en el boleto, es más importante la experiencia que la película en sí, que es la razón por la se va al cine originalmente.

¿Cuál es la percepción que tiene el espectador nacional del cine mexicano frente al cine extranjero y cómo afecta a su decisión de ver una u otra película?

Según una investigación del IMCINE hay varios factores, el precio del boleto, la falta de variedad de películas mexicanas y la permanencia en salas (IMCINE ,2016), como se puede apreciar en las siguientes gráficas.

Figura 19

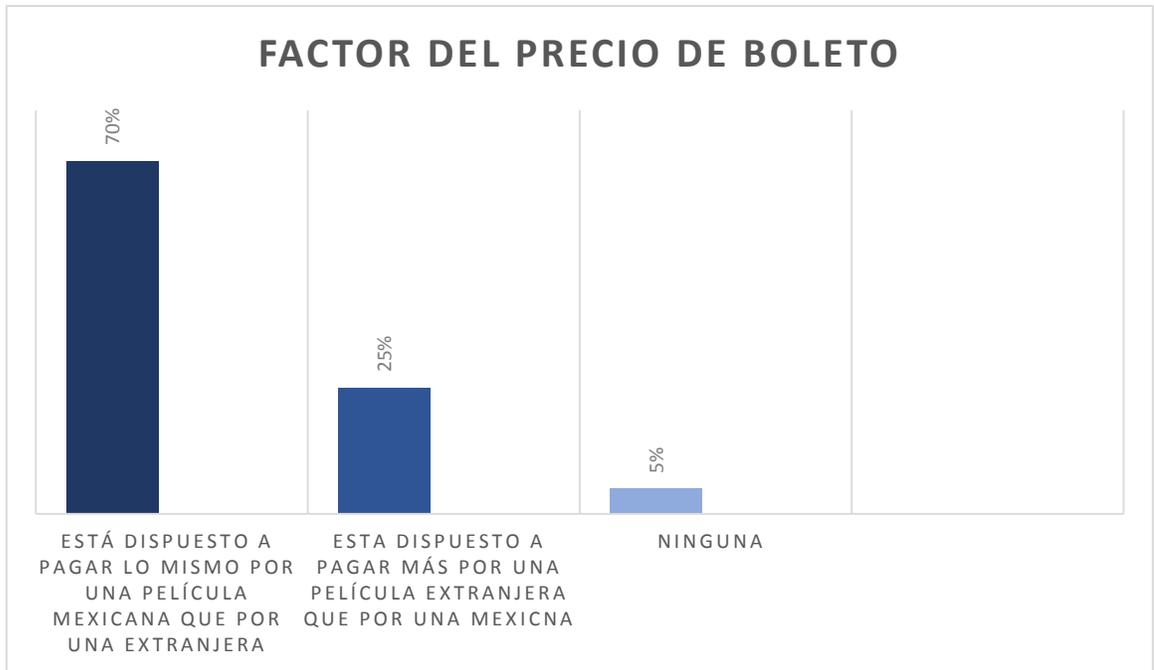
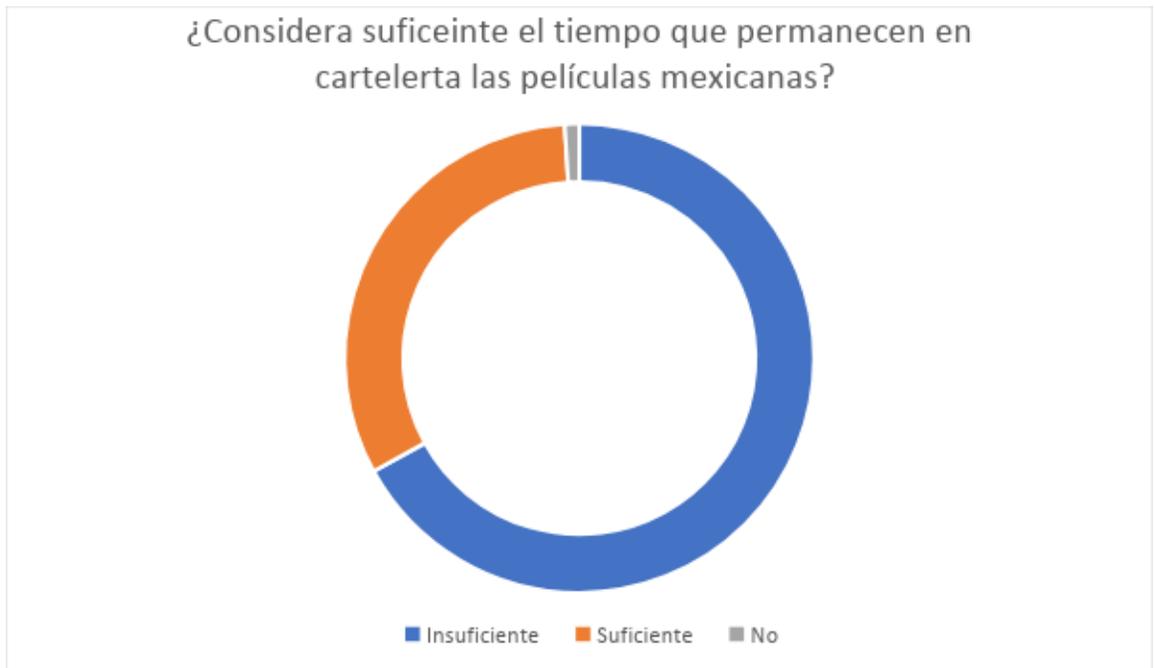


Figura 20

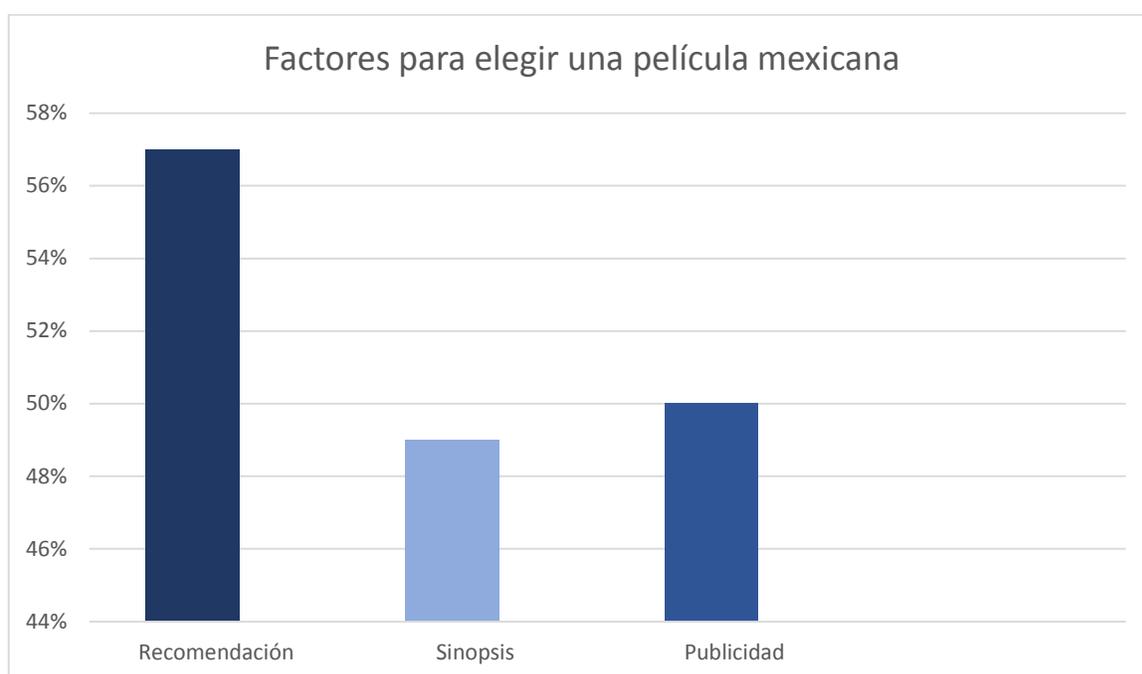


En estas dos gráficas obtenidas de datos proporcionados por el Anuario Estadístico de Cine Mexicano (IMCINE, 2017), se puede apreciar que la audiencia podría no ver el cine

mexicano como un producto del mismo valor que el cine extranjero y que, además, la falta de permanencia de las películas tampoco ayuda a mejorar la percepción.

Un factor más a considerar es la razón por la que una persona elige una película mexicana para ver, que como se explica, tiene un mayor peso la recomendación que la propia promoción que se haga de la cinta.

Figura 21



Aquí también podemos apreciar en los datos que ofrece IMCINE que los esfuerzos en publicidad bien podrían enfocarse a proyecciones previas al estreno dirigidas a públicos no especializados, pero altamente influyentes siendo que la recomendación es el principal factor para elegir una película.

En conclusión, sobre estas gráficas, habría que valorar si modificar aspectos como el precio del boleto no haría que la percepción sea la de un cine de mayor o menor calidad. Por otro lado, a falta de una promoción proporcional a la que tiene el cine extranjero, la permanencia en salas podría ayudar a mejorar la percepción que las audiencias tienen de las

películas y que no es necesariamente la publicidad, un factor por el que se elige una película.

Es en este tenor que los estudios se hacen sobre quienes acuden al cine, pero excluyen a quienes no pueden o no quieren hacerlo. Un fenómeno reciente se suscitó desde el periodismo de entretenimiento cuando medios como Huffington Post publicó una nota en la que describen cómo personas de la tercera edad de comunidades indígenas de Oaxaca de los distintos barrios de Santo Domingo Tehuantepec, acudían por primera vez al cine en la capital del Estado a presenciar una función especial de la cinta animada de Pixar *Coco* (Díaz, 2017). Lo que pretendía ser una emotiva nota, terminó revelando una gran carencia, el otrora cine popular ha sido suplantado por un modelo comercial excluyente de las clases menos favorecidas de la población, tanto económica, como geográficamente. Lo mismo sucede con programas de la Fundación Cinépolis como *Vamos todos a Cinépolis* o *Ruta Cinépolis*, que tienen la misión de compartir la experiencia del cine con los sectores más vulnerables de la sociedad, principalmente niños y adultos mayores, no sólo de México, sino de varios países en el mundo, incluso en recintos penitenciarios. Esta exclusión se hace evidente cuando no puede ser constante o parte de la vida cotidiana de estas comunidades, que rara vez podrán volver vivir de la experiencia del cine, como claramente lo expresan los testimonios en la página de la fundación (Cinépolis, 2017).

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Cada capítulo y tema tratado en la presente investigación, nos lleva a una reflexión importante para el momento por el que atraviesa la industria del cine nacional, pero de nada sirven las reflexiones si no empujan a las acciones, es por esa razón que acompaño las conclusiones de esta investigación con una serie de recomendaciones para la industria que detallo para cada capítulo, esperando que este trabajo tenga un fin útil.

CINE MEXICANO E INDUSTRIA

Es difícil hablar de una industria como tal según las condiciones actuales en las que se desarrolla el cine mexicano, si bien se producen una importante cantidad de películas, un número que se incrementa año con año, hay varios factores que no nos permiten considerar al cine nacional como una industria del todo sólida:

1. Las etapas de preproducción, producción y postproducción no se articulan de forma adecuada con las etapas de distribución y exhibición, así las películas no logran la recuperación en la taquilla o bien las ganancias llegan a los productores de forma muy lenta y diluida, lo que no permite una reinversión para una siguiente película.
2. La producción del cine mexicano no se exporta de forma constante a otros países, la mayoría de las películas que se exhiben en el extranjero, lo hacen gracias a festivales o muestras. La exportación es una medida para calcular la pujanza de una industria.
3. Si bien las condiciones actuales han permitido la generación de empleos dentro de la industria cinematográfica, estos no son constantes o permanentes, porque el dinero que se genera tampoco es constante y no permite que el cine sea un sistema de vida, al cual se podría llamar industria.
4. El público mexicano todavía no se acerca a la totalidad del cine nacional que se produce en el país con total confianza con que lo hace a las películas extranjeras. Hay películas mexicanas que logran superar el millón de espectadores, pero son más una excepción que una constante.

Recomendaciones

1. Los apoyos destinados a la producción de cine también podrían repartirse hacia las fases de promoción y distribución para facilitar su llegada a las ventanas de exhibición, o bien podrían crearse nuevos apoyos o estímulos similares a EFICINE, que apoyen estas áreas, fortaleciendo así toda la cadena.
2. Los tratados comerciales internacionales deberían incluir apartados en los que fortalezcan la coproducción de cine, así como el intercambio comercial de tecnologías, talentos y en especial películas.
3. Fortaleciendo la industria se fortalece el empleo de tal forma que este podría ser constante y hasta permanente, y también generaría impuestos que favorecerían aún más esta industria.
4. Mi propuesta para generar confianza del público hacia el cine nacional sería la de incluir programas de apreciación e iniciación de las artes, incluido el cine, en las escuelas de educación básica y media, empoderando con conocimiento a las audiencias.
5. Tienen que existir mecanismos legales que cambien la distribución del dinero que ingresa de la taquilla, que la ganancia que genera una película beneficie a quien más invierte en ella, es decir al productor, así se generaría una reinversión y aumentaría naturalmente la producción. Una propuesta sería la de exentar a productores mexicanos de impuestos o cobros como el VPF, para mejorar su margen de ganancia. Una propuesta más sería la de hacer un cobro de impuestos especiales a películas extranjeras que se exhiban en salas nacionales, el destino de este impuesto sería la creación de fondos para la producción.

También es necesario romper la dependencia del cine a la taquilla, si las producciones buscan otras ventanas de exhibición como la televisión o las plataformas de streaming, la recuperación de la inversión es más rápida y sin intermediarios, alcanzando a un mayor público que prefiere ver cine mexicano en esos formatos.

MECANISMOS DE CONTROL

Las políticas culturales han resultado ser un mecanismo efectivo para la producción cinematográfica, especialmente EFICINE, así lo demuestra el creciente número de producciones que se consiguen cada año, pero la forma en la que se otorgan los estímulos al cine es ambigua y poco clara.

Los criterios de evaluación de los proyectos no son claros y dependen de los gustos, preferencias y criterios de los miembros del Comité Evaluador sin que en el fallo intervenga la autoridad de una institución.

Por otro lado, la autoridad no funge como intermediario entre el Contribuyente Aportante y el productor, sin esa mediación, el contribuyente puede censurar de facto los contenidos de las películas a su conveniencia o bien, es decisión de ese contribuyente a quién quiere apoyar, lo que hace inequitativo el resultado de los estímulos o se centra en productos de corte más comercial a beneficio de las empresas contribuyentes, sin importar los valores artísticos o la visión de los creadores.

Recomendaciones

1. Establecer criterios de evaluación más claros y que se presten lo menos posible a la interpretación, criterios como el costo del proyecto, valores de producción involucrados, experiencia del equipo y la creación de laboratorios de guion y producción que fortalezcan los proyectos que aspiren al estímulo cuando estos no tengan los requerimientos para participar.
2. Eliminar el conflicto de interés que se genera dentro de los Comités de Evaluación incluyendo dentro de sus miembros a profesionales que no solo pertenezcan a la

industria de cine, también de otros sectores como el financiero, el académico, etc., de tal manera que puedan aportar sobre la viabilidad de los proyectos desde otros ángulos.

3. Crear una oficina dentro de la dirección de IMCINE que funcione exclusivamente como mediador entre productores y contribuyentes para que estos hagan sus aportaciones sin intervenir en el contenido de las películas y así eliminar la censura que las empresas podrían ejercer. Esta oficina sólo se encargaría de recibir el capital y distribuirlo entre los proyectos seleccionados previamente por el Comité Evaluador, para que así no se conviertan en un filtro o censor más.
4. Distribuir los apoyos, de tal forma que no sólo tengan efectos sobre la producción sino también en la promoción de las películas para aumentar su valor en la cadena de producción.
5. Fortalecer el papel del Estado como regulador entre contribuyentes, comités de evaluación y productores.

DISTRIBUCIÓN, EXHIBICIÓN Y PRÁCTICAS MERCANTILES

Distribución

El reto al que se enfrenta toda película es el de alcanzar a su audiencia, y es en este punto en el que la distribución y la exhibición tienen una gran oportunidad.

La labor de las distribuidoras se ha convertido en la de un mero intermediario entre productores y exhibidores con cobros que exceden los recursos de las producciones, orillándolas a la distribución independiente que empieza y termina con una sola película.

Los estímulos como EFICINE, que deberían servir como apoyo a productores en materia de distribución, muchas veces terminan sirviendo para pagar los sueldos de los distribuidores y no es suficiente para la promoción y publicidad, que debería ser finalidad.

Recomendaciones

Al eliminar cobros como el VPF para películas mexicanas, es posible destinar más recursos a la promoción y distribución, en lugar gastarlo en copias virtuales que se descargan de satélites.

Exhibición

La exhibición cinematográfica está dominada por un duopolio que dicta las condiciones económicas e incluso geográficas en las que se proyecta una película, además, la falta de regulación ha fomentado espacios de censura a películas, como lo demuestra el ejemplo de la película *La Región Salvaje*, limitando su espacio en el mercado sin que haya evaluaciones o estudios que lo justifiquen.

A pesar de las cuotas de exhibición, las películas mexicanas no cuentan con el tiempo necesario para competir en taquilla con las películas extranjeras.

El papel de Estado en la regulación y sanción ha sido prácticamente nulo, como ejemplo de esto son las cuotas impuestas a las producciones por parte de los exhibidores, es decir el Virtual Print Fee.

Recomendaciones

Una vez subsanada la producción de películas, por medio de los estímulos, se deberían diversificar los recursos para la creación de espacios de exhibición exclusiva de cine nacional, cerrando la brecha entre producción y exhibición.

El Gobierno no debe cambiar las leyes, sólo debe vigilar su cumplimiento y sancionar su incumplimiento, como en el caso de las cuotas de pantalla, aunado a eso se debería incrementar el tiempo mínimo de exhibición de películas nacionales, que en este momento

apenas supera las dos semanas y no permitir prácticas mercantiles que no favorezcan al cine nacional o lo pongan en desventaja frente al cine extranjero.

Algunas de las iniciativas propuestas por la LXIII Legislatura (2015-2018) del Congreso de la Unión; proponen exentar del pago de impuestos al boleto de entrada a filmes nacionales, así como facultar al Instituto Mexicano de Cinematografía para autorizar las películas que serán consideradas de producción nacional y que gozarán del beneficio fiscal referido. Además, una de las iniciativas propone expedir la Ley del Banco de Fomento a la Industria Cinematográfica entre otras más que están pendientes (Senado de la República, 2015-2018).

Prácticas mercantiles, como lo son las cuotas impuestas a las producciones por los exhibidores, es decir el Virtual Print Fee (VPF), deberían ser reguladas, y para el caso del cine mexicano anuladas.

LA AUDIENCIA

Según una nota de *El Economista*, las películas nacionales alcanzaron 6 por ciento del total de los ingresos obtenidos en la taquilla en México, con 7 por ciento de la asistencia y 21 por ciento de estrenos en salas (Valdelamar, 2018), por el número de producciones, sería de esperarse que este porcentaje fuera mayor. Un síntoma heredado del malinchismo mexicano que prefiere el cine extranjero antes que el nacional.

El cine mexicano es percibido como de calidad inferior, lo que hace que los espectadores no quieran gastar en él o bien esperar a su exhibición en formatos más económicos o incluso gratuitos como la piratería.

Otro aspecto que considerar es que el público desconoce en gran medida el cine que se produce en el país, sea por la falta de interés, por la falta de variedad de películas mexicanas, por su falta de promoción y su corta permanencia en salas.

Recomendaciones

Néstor García Canclini propone una idea que solucionaría dos problemas, las películas deben aventurarse en otros canales como la televisión o incluso el internet lo que le ayudaría a recuperar su inversión más pronto, pero también generaría una nueva generación de espectadores, más acostumbrados a pantallas como la televisiva o la de dispositivos móviles y más acostumbrados a “Sólo los que crecieron con los videos tienen una relación "natural" con la pantalla televisiva y les afecta menos la diferencia con la espectacularidad de las salas” (García Canclini N., 1995). Esto sin duda ya está pasando como lo demuestran las recientes polémicas entre Netflix y directores como Almodovar, aun así, los productores deberían apostar con mayor fuerza más por esos formatos caseros diversificando su inversión en varias ventanas de exhibición y no confiar plenamente en la recuperación por la taquilla.

El Estado por su parte debería combatir y castigar de forma más enérgica la piratería y las descargas ilegales.

Referencias Bibliográficas:

- Callen, T. (2008). *Vuelta a lo esencial* . Finanzas y desarrollo .
- Camargo, A. (septiembre de 2017). (G. Navarro, Entrevistador)
- Canclini, N. (octubre de 2001). Por qué legislar sobre industrias culturales. *Nueva Sociedad* , 12.
- CANACINE . (2018). *Resultados definitivos 2017, 1º de enero al 31 de diciembre* . México : CANACINE .
- Carro, N. (9 de agosto de 2017). (G. Navarro, Entrevistador)
- Casado Galván, I. (2009). Caracterización histórica del concepto de industria. *Contribuciones a las Ciencias Sociales*.
- Coalición por el acceso legal a la cultura A.C., Instituto Tecnológico Autónomo de México . (2017). *Encuesta para la medición de la piratería en México* . México .
- Loza, G. (Dirección). (2016). *¿Qué culpa tiene el niño?* [Película].
- Aguilar, A. (2017). (G. Navarro, Entrevistador)
- AMACC. (2017). *Posicionamiento de la AMACC frente al TLCAN*. México: AMACC.
- Arreola, M. G. (3 de junio de 2018). Cartografía Cinematográfica. Latitudes de la Industria del cine mexicano. (G. Navarro, Entrevistador)
- Barradas Gurruchaga, A. (Julio-septiembre de 2017). México, su cine y los medios emergentes, reflexiones con Román Gubern . *Razón y Palabra* , 21,3_98 , 624-638 .
- Ben Andrés, L. (2016). Políticas Culturales . *Manual Atalaya*.
- Billorou, O. P. (1995). *Introducción a la Publicidad*. Argentina : Ateneo .
- Bross, S. (24 de octubre de 2017). (G. Navarro, Entrevistador)
- Bross, S. (24 de octubre de 2017). (G. Navarro, Entrevistador)
- Bross, S. (10 de octubre de 2017). ¿Quién va al cine en México? (G. Navarro Palazuelos, Entrevistador)
- Dervez, E. (Dirección). (2013). *No se aceptan devoluciones* [Película].
- Diario Oficial de la Federación. (2016). *REGLAS GENERALES PARA LA APLICACIÓN DEL ESTÍMULO FISCAL A PROYECTOS DE INVERSIÓN EN LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN CINEMATOGRAFICA NACIONAL*. México: DOF.
- Díaz de la Vega, A. (27 de agosto de 2014). *La Crítica* . Obtenido de Excelsior : <https://www.excelsior.com.mx/opinion/la-critica/2014/08/27/978409>
- Estrada, L. (2015). Comunitario de prensa Festival Internacional de Cine Universitario Kinoki . *Clase Magistral* (pág. 1). México : Universidad Iberoamericana .
- Estrada, E. (3 de Noviembre de 2017). (G. Navarro, Entrevistador)
- Forbes. (25 de julio de 2013). *Forbes México* . Obtenido de Las 10 distribuidoras de películas con más ingresos en México: <https://www.forbes.com.mx/las-10-distribuidoras-con-mas-ingresos-en-mexico/>
- Forte, M. (24 de abril de 2017). (G. Navarro, Entrevistador)
- Forte, M. (7 de febrero de 2017). Cartografías Cineamográficas, las rutas del cine mexicano. (G. Navarro Palazuelos, Entrevistador)
- Galván, A. A. (Dirección). (2017). *La 4ª Compañía* [Película].

- Galván, A. A. (abril de 2018). (G. Navarro, Entrevistador)
- García Canclini, N. (1987). *Políticas Culturales en América Latina* . México : Grijalbo .
- García Canclini, N. (1993). *El consumo cultural en México* . México : Fondo de Cultura Económica .
- García Canclini, N. (1995). *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización* . México : Grijalbo .
- García Canclini, N. (2000). Industrias culturales y globalización: Procesos de desarrollo e integración en América Latina. *Estudios Internacionales* , 111.
- García Canclini, N. (2016). *Las Industrias Culturales y el Desarrollo de los Países Americanos*. Avellaneda, Argentina: Universidad Nacional de Avellaneda.
- García Canclini, N., & Piedras Feria, E. (2006). *Las industrias culturales y el desarrollo de México*. México, México: Siglo XXI.
- Girault, R. (1 de Junio de 2012). *Organización Mundial de la Propiedad Intelectual* . Recuperado el Noviembre de 2017 , de Revista Ompi : http://www.wipo.int/wipo_magazine/es/2012/06/article_0003.html
- Guluarte, D. (17 de Septiembre de 2017). Conflictos con la distribución y exhibición de cine en México. *El Vigia* .
- Guíérrez, V. (2012). Nueva amenaza para el cine mexicano. *El Economista* .
- Gutiérrez, V. (22 de Diciembre de 2015). Distribución del cine en México, controlada por estudios extranjeros. *El Economista* .
- Gutiérrez, V. (7 de Febrero de 2018). Exhibidores sí cumplen con el cine mexicano. *El Economista* .
- Gutiérrez, V. (27 de agosto de 2018). Iñárritu y Cuarón piden a la Secretaría de Cultura intervenir en irregularidades de la Sociedad Mexicana de Directores. *El Economista* .
- Higgins, M. D. (Diciembre de 1995). A Breath of Fresh Air". *The Observer* .
- IMCINE . (2016). *Anuario Estadístico de Cine Mexicano* . México: CONACULTA .
- IMCINE . (2017). *Anuario estadístico de cine Mexicano 2016*. México : IMCINE CONACULTA .
- IMCINE. (2017). *LINEAMIENTOS DE OPERACIÓN PARA LOS PROYECTOS DE INVERSIÓN EN LA PRODUCCIÓN CINEMATOGRAFICA NACIONAL*. México: IMCINE.
- IMCINE. (2018). *Anuario Estadístico de Cine Mexicano 2017* . MÉXICO : CONACULTA .
- Kaplún, M. (1973). *La comunicación de masas en América Latina*. Bogotá: Educación Hoy .
- Magaña Arce, A. (2018). La región salvaje y el monstruo de la exhibición comercial en México. *Cine Premiere* .
- Mantecón, A. R. (2012). Públicos de cine en México . *Alteridades* , 18.
- Morales, J. I. (31 de octubre de 2017). (G. Navarro, Entrevistador)
- Mosco, V. (2006). La Economía Política de la Comunicación: una actualización diez años después. *Cuadernos de Información y Comunicación* , 23.

- OFICINA DE LA UNESCO EN SANTIAGO . (2017). *Industrias Creativas* . Santiago , Chile : UNESCO .
- Ornelas, P. (2 de abril de 2018). Es Negocio, ADN40 . (C. Mota, Entrevistador)
- Orozco, G. (1997). Medios, audiencias y mediaciones . *Comunicar* .
- Ortíz Rosas, J. E. (2 de Noviembre de 2016). *e-consulta* . Obtenido de e-consulta : <http://www.e-consulta.com/opinion/2016-11-07/politicas-culturales>
- PENDAKUR, M. (1990). *Canadian Dreams and American Control: The Political Economy of the Canadian Film Industry*. Detroit : Wayne State University Press.
- Ramírez Suarez, J. (Dirección). (2013). *Guten Tag Ramón* [Película].
- Rentrak Corporation. (2012). *ComScore* . Obtenido de ComeScore : <https://www.comscore.com/>
- Rosas Mantecón, A. (2004). Las batallas por la diversidad: exhibición y públicos de cine en México. En A. L. (coord.), *Los Retos Culturales en México* (págs. 153-168). México , México : UNAM Porrúa .
- Samuelson, P. (2010). *Economía*. Ourense, España : Mc Graw-Hill.
- Secretaría de Comunicaciones y Transportes. (2016). *Publica la SCT en el Diario Oficial el Programa de la transición a la TDT*. México : Diario Oficial de la Federación .
- Secretaría de Hacienda y Crédito Público. (2016). *Sistema en línea EFICINE 189*. México: SHCP.
- Taibo, C., Orozco, M., & Paredes, S. (2011). *Manual Básico de Producción Cinematográfica*. México: IMCINE, CCC, CUEC.
- Valdelamar, J. (2018). Mexicanos adoran el cine... pero se invierte poco en esa industria. *El Econimista* .
- Varios (Dirección). (2014). *México Barbaro* [Película].
- varios (Dirección). (2016). *El mural no es como lo pintan* [Película].
- Vértiz de la Fuente, C. (2012). Hollywood impone la cuota virtual al cine. *Proceso* .
- Vidal-Beneyto. (1981). Hacia una fundamentación teórica de la política cultural. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*.
- WASKO, J. (2006). La Economía Política del cine . *Cuadernos de Información y Comunicación* , 16 .

Anexos

Anexo 1 Modelo de la industria del cine mexicano



Anexo 2 Proyectos apoyados por EFICINE en producción

1	UNA PELICULA CON MAS HUEVOS Y UN GALLO	2012
2	MEXICO... ¿CAMPEON DEL MUNDO?	2012
3	ECO DE LA MONTAÑA	2012
4	LA VERDAD SOSPECHOSA	2012
5	LA VIDA PRECOZ Y BREVE DE SABINA RIVAS	2012
6	CLUB SANDWICH	2012
7	CAMPEONES DE OZ	2012
8	UNA OPORTUNIDAD	2012
9	FACHON MODELS	2012
10	NOCHE DE MUERTOS	2012
11	EL AMERICANO: THE MOVIE	2012
12	PARAISO	2012
13	CIUDADES DESIERTAS	2012
14	FAMILIA GANG	2012
15	VISITANTES	2012
16	MAMA	2012
17	LOS ARBOLES MUEREN DE PIE	2012
18	LOCO LOVE	2012
19	TIEMPOS FELICES	2012
20	TUZO	2012
21	EDDIE REYNOLDS Y LOS ANGELES DE ACERO	2012
22	BUENOS DIAS, SEÑOR RAMON	2012
23	AY LOV IU	2012
24	LA CARGA	2012
25	BESOS DE AZUCAR	2012

26	RIVEROL	2012
27	CARMIN TROPICAL	2012
28	EL CRIMEN DEL CACARO GUMARO	2012
29	AEROSOL	2012
30	TODOS ESTAN MUERTOS	2012
31	LA FORMULA DEL DOCTOR FUNES	2012
32	CASESE QUIEN PUEDA	2012
33	LAS PAREDES HABLAN	2012
34	LA TORTUGA PRIMORDIAL	2012
35	LAS OSCURAS PRIMAVERAS	2012
36	EL CARTEL DE LOS SAPOS	2012
37	KM31-2	2012
38	EL TAMAÑO SI IMPORTA	2012
39	MAS NEGRO QUE LA NOCHE	2012
40	ENCUENTRO	2012
41	GLORIA	2012
42	LAS APARICIO	2012
43	EL REINO DE LAS COSAS	2012
44	LO QUE NUNCA NOS DIJIMOS	2013
45	DON GATO 2	2013
46	LA GUERRA DE MANUELA JACOVIC	2013
47	UN NOVIO PARA MI MUJER	2013
48	A LA MALA	2013
49	EISENSTEIN EN GUANAJUATO	2013
50	YO	2013
51	EPITAFIO	2013
52	LOS PARECIDOS	2013
53	LOS HIJOS DE LA RUTA/FILHOS DA PISTA	2013
54	BUENOS DÍAS, SEÑOR RAMÓN	2013
55	SEMANA SANTA	2013
56	LAS ELEGIDAS	2013
57	RUMBOS PARALELOS	2013
58	LA DELGADA LÍNEA AMARILLA	2013
59	EN CONTRALUZ	2013
60	VISITANTES	2013
61	ELVIRA, TE DARÍA MI VIDA PERO LA ESTOY USANDO	2013
62	LA HABITACIÓN	2013
63	CUANDO LOS CABALLOS APRENDIERON A LLORAR	2013
64	JEREMÍAS	2013
65	GRINGO	2013
66	COMPADRES	2013
67	A LOS OJOS	2013
68	RESTAURANTE	2013
69	ÉRASE UNA VEZ	2013

70	EL PLACER ES MÍO	2013
71	LIBÉRANOS DEL MAL	2013
72	TIERRAS ROJAS	2013
73	LA CASA MÁS GRANDE DEL MUNDO	2013
74	BATALLAS ÍNTIMAS	2013
75	LA PIERDE ALMAS	2013
76	ALMACENADOS	2013
77	600 MILLAS	2013
78	EL TAMAÑO SÍ IMPORTA	2013
79	BELLAS DE NOCHE	2013
80	VOLANDO BAJO	2013
81	TUZO	2013
82	LA TORTUGA PRIMORDIAL	2013
83	UN MONSTRUO DE MIL CABEZAS	2013
84	GLORIA	2013
85	ULISES Y LOS 10,000 BIGOTES	2013
86	ENAMORÁNDOME DE ABRIL	2013
87	LOS CRÍMENES DE MAR DEL NORTE	2013
88	CHUY, EL HOMBRE LOBO	2013
89	BELZEBUTH	2014
90	DESIERTO	2014
91	PLAZA DE LA SOLEDAD	2014
92	108 COSTURAS	2014
93	ISLA CALACA	2014
94	MOTEL ACQUA	2014
95	SELECCIÓN CANINA	2014
96	EL PASO	2014
97	ELVIRA, TE DARÍA MI VIDA PERO LA ESTOY USANDO	2014
98	ZEUS	2014
99	POZOAMARGO	2014
100	EXTRAÑO PERO VERDADERO	2014
101	EL JESUITA	2014
102	VIVE POR MÍ	2014
103	LA IRA O EL SEOL	2014
104	INSURGENTES MALDITOS	2014
105	"QUE PENA TU VIDA"	2014
106	DE LAS MUERTAS	2014
107	SUEÑO EN OTRO IDIOMA	2014
108	LYCRA	2014
109	JOHNNY FRITANGA	2014
110	LA ISLA	2014
111	LUNIK3	2014
112	LOS INQUILINOS	2014
113	SOMOS LENGUA	2014

114	AMOR DE MIS AMORES	2014
115	LAS TINIEBLAS	2014
116	SOPLADORA DE HOJAS	2014
117	TEMPESTAD	2014
118	LOS JINETES DEL TIEMPO	2014
119	MOLE DE OLLA, RECETA ORIGINAL	2014
120	CUERNAVACA	2014
121	LA BODA DE VALENTINA	2014
122	LA LIBERTAD DEL DIABLO	2014
123	LOS HERMANOS MARQUEZ-CASTILLO	2014
124	ASÍ LOS QUERÍA ENCONTRAR	2014
125	RUSH HOUR	2014
126	OJOS DE MAR Y TIERRA	2014
127	TAMARA Y LA CATARINA	2014
128	PRINCESA, UNA HISTORIA VERDADERA	2014
129	LA MUERTE LENTA DE LUCÍA B	2014
130	LA PALOMA & EL CUERVO	2014
131	LA CAJA VACÍA	2014
132	CANGREJOS	2014
133	EL HOTEL	2014
134	AMANDA	2014
135	UN MONSTRUO DE MIL CABEZAS	2014
136	MUCHACHO DE CAMPO	2014
137	EL HOMBRE QUE VIO DEMASIADO	2014
138	LA CARIDAD	2014
139	SIN MUERTOS NO HAY CARNAVAL	2014
140	POTENTIAE	2014
141	EL ÁNGEL EN EL RELOJ	2014
142	INZOMNIA	2014
143	PLACA DE ACERO	2014
144	CUARTO DE MILLA	2014
145	EL CUMPLE DE LA ABUELA	2014
146	SIEMPRE VUELVEN	2014
147	GUERRA	2015
148	MALACOPA	2015
149	VIVE POR MÍ	2015
150	LA HABITACIÓN	2015
151	REFUGIO, COMO CAZAR ESTRELLAS FUGACES	2015
152	TIEMPO COMPARTIDO	2015
153	JULIETA	2015
154	CASCARRABIAS	2015
155	ORIGINAL Y COPIA	2015
156	AZUL INTENSO	2015
157	HAYA Y EL BOSQUE DE NIEBLA	2015

158	IMPOSTORES	2015
159	CÁMARA OSCURA	2015
160	DETRÁS DE LA MONTAÑA	2015
161	MARCIANOS VS MEXICANOS	2015
162	CYGNUS	2015
163	DANIA	2015
164	DÍA DE MUERTOS	2015
165	ZAMA	2015
166	COATI	2015
167	1985	2015
168	3 IDIOTAS	2015
169	MÁS ALLÁ DE LA HERENCIA	2015
170	85	2015
171	MUSEO	2015
172	PLAN VIRGEN	2015
173	SIN DIOS Y SIN DIABLO, JAIME SABINES Y SUS LECTORES	2015
174	TEMPESTAD	2015
175	EL PATRIARCA	2015
176	TORMENTERO	2015
177	CAFÉ: ALMA Y RESISTENCIA	2015
178	GOTAS DE ROCÍO	2015
179	TODO LO DEMÁS	2015
180	COMO VA	2015
181	RESTOS DE VIENTO	2015
182	COMPULSIÓN	2015
183	OPUS ZERO	2015
184	NOCHES DE JULIO	2015
185	EL GUARDIÁN DE LA MEMORIA	2015
186	TLALOCAN, BAJO LA CIUDAD DE LOS DIOSES	2015
187	ESTACIÓN VIOLENTA (VIOLETA AL FIN	2015
188	ESCUELA PARA SEDUCTORES	2015
189	CAMINO A MARTE	2015
190	CALLA	2015
191	TORRE	2015
192	LA VIDA INMORAL DE LA PAREJA IDEAL	2015
193	NAHUI	2015
194	EL ACTOR PRINCIPAL	2015
195	LA RUTA DE LOS CAÍDOS	2015
196	FERAL	2015
197	CORAZÓN DE LEÓN	2015
198	X QUINIENTOS	2015
199	EL PRIMO BASILIO	2015
200	NADIE SABRÁ NUNCA	2015
201	MOCTEZUMA y YO	2015

202	LOS POETAS DEL CIELO	2015
203	LOS MINUTOS NEGROS	2015
204	LA PROMESA	2015
205	TODO EL MUNDO AMA A ALGUIEN	2015
206	EL REINO DE LAS COSAS	2015
207	MI CUMPLEAÑOS FAVORITO	2015
208	EL ÍDOLO	2016
209	TOD@S CAEN	2016
210	DESPUÉS DEL INCENDIO	2016
211	EL COMLOT MONGOL	2016
212	SIN FILTRO	2016
213	CLASES DE HISTORIA	2016
214	PRIMOS	2016
215	VAQUERO DEL MEDIODÍA	2016
216	ROMA	2016
217	UN DISFRAZ PARA NICOLÁS	2016
218	ABRIL	2016
219	CASI EL PARAÍSO	2016
220	LA LIBERTAD DEL DIABLO	2016
221	CORAZÓN DE MEZQUITE	2016
222	CHICUAROTES	2016
223	PÁJAROS DE VERANO	2016
224	TODO EL MUNDO AMA A ALGUIEN	2016
225	ALLÁ EN EL RANCHO	2016
226	EL MUNDO SECRETO DE MARINA	2016
227	LA DIOSA DEL ASFALTO	2016
228	LA CONTENCIÓN	2016
229	CORAZÓN DE LEÓN	2016
230	CANGREJOS	2016
231	ASFIXIA	2016
232	TRANSPENINSULAR	2016
233	LA RUTA DE LOS CAÍDOS	2016
234	GUERRA	2016
235	LA LEYENDA DEL CHUPACABRAS	2016
236	DIBUJANDO EL CIELO	2016
237	SIN MUERTOS NO HAY CARNAVAL	2016
238	LOS VIENTOS DE SANTA ANA	2016
239	EMMA, DIOS Y EL FÚTBOL	2016
240	ENTRE PRIMAS	2016
241	COMO LIQUIDAR A UN ESPOSO DIFUNTO	2016
242	FERAL	2016
243	BAYONETA	2016
244	ESCUELA PARA SEDUCTORES	2016
245	LA MARCA DEL DEMONIO	2016

246	DÍA DE BODAS	2016
247	MATANDO CABOS	2016
248	FAMILIA MUÉGANO.CUANDO LOS HIJOS REGRESAN	2016
249	SOUVENIR	2016
250	MAPA DE SUEÑOS LATINOAMERICANOS	2016
251	MALIBÚ	2016
252	LA CAJA	2016
253	PEQUEÑAS POSIBILIDADES	2016
254	LA REGIÓN SALVAJE	2016
255	NI TÚ NI YO	2016
256	EL COMLOT MONGOL	2016
257	WITKIN & WITKIN: UN FOTÓGRAFO Y UN PINTOR	2016
258	CIUDAD	2016
259	EL FILÓSOFO Y LOS TOROS	2016
260	DONDE NACE LA VIDA	2016
261	COMO VA	2016
262	PÁJAROS DE VERANO	2016
263	LA MALA NOCHE	2016
264	7:19 a.m.	2016

Anexo 3

Proyectos apoyados por EFICINE en distribución

1	CLUB SÁNDWICH	2014
2	H2O MX	2014
3	GUTEN TAG, RAMÓN	2014
4	EN EL ÚLTIMO TRAGO	2014
5	PURGATORIO, VIAJE AL CORAZÓN DE LA FRONTERA	2014
6	DARIELA LOS MARTES	2014
7	CASI TREINTA	2014
8	CINE CLUB CANÍBAL	2014
9	ENTRE SOMBRAS	2014
10	TIEMPOS FELICES	2014
11	LITTLE BABY JESUS	2014
12	JAUJA	2014
13	TODOS ESTÁN MUERTOS	2014
14	EL MÁS BUSCADO	2014
15	EDDIE REYNOLDS Y LOS ÁNGELES DE ACERO	2014
16	LA INCREÍBLE HISTORIA DEL NIÑO DE PIEDRA	2014
17	GÜEROS	2014
18	GONZÁLEZ	2014
19	EL AMERICANO: THE MOVIE	2014
20	GLORIA	2014
21	ARCHIVO 253	2014

22	ECO DE LA MONTAÑA	2014
23	LA FÓRMULA DEL DOCTOR FUNES	2014
24	APASIONADO PANCHO VILLA	2014
25	ENTRENANDO A MI PAPÁ	2015
26	EL PATIO DE MI CASA	2015
27	LA CASA DEL CINE PRESENTA: SEGUNDAS VUELTAS	2015
28	ALICIA EN EL PAÍS DE MARÍA	2015
29	POR MIS BIGOTES (AKA ULISES Y LOS 10,000 BIGOTES)	2015
30	CHUY, EL HOMBRE LOBO	2015
31	ENAMORÁNDOME DE ABRIL	2015
32	HILDA	2015
33	UN NOVIO PARA MI MUJER	2015
34	CARMÍN TROPICAL	2015
35	600 MILLAS	2015
36	EL INCIDENTE	2015
37	LA ISLA	2015
38	DÓLARES DE ARENA	2015
39	REGINA	2015
40	FAMILIA GANG	2015
41	LOS HAMSTERS	2015
42	EN LA SANGRE	2015
43	EPITAFIO	2015
44	LOS BAÑISTAS	2015
45	EL CINE EN DONDE LO PUEDAS VER	2015
46	LO QUE NUNCA NOS DIJIMOS	2015
47	LOS MUERTOS	2015
48	RUMBOS PARALELOS	2015
49	EN CONTRALUZ	2015
50	GIRA CINE MÓVIL TOTO 2016	2015
51	LUNA DE MIEL	2015
52	EISENSTEIN EN GUANAJUATO	2015
53	CHRONIC	2015
54	MATRIA	2015
55	YO	2015
56	CIUDADES DESIERTAS	2015
57	MAQUINARIA PANAMERICANA	2016
58	BELLAS DE NOCHE	2016
59	LA CAJA VACÍA	2016
60	EL PATRIARCA	2016
61	LOS REYES DEL PUEBLO QUE NO EXISTE	2016
62	LIBÉRANOS DEL MAL	2016
63	EL HOMBRE QUE VIO DEMASIADO	2016
64	SOPLADORA DE HOJAS	2016
65	QUÉ PENA TU VIDA	2016

66	EXPIACIÓN	2016
67	CAFÉ	2016
68	SIEMPRE VUELVEN	2016
69	SOMOS LENGUA	2016
70	ALMACENADOS	2016
71	FAUSTO	2016
72	PACÍFICO	2016
73	LA CARGA	2016
74	PRIMAVERA CON CINE MÓVIL TOTO	2016
75	TEMPESTAD	2016
76	TENEMOS LA CARNE	2016
77	UN MONSTRUO DE MIL CABEZAS	2016
78	MACHO	2016
79	DESDE ALLÁ	2016
80	FORTALECIMIENTO DEL CINE MEXICANO INDEPENDIENTE	2016
81	ESTAR O NO ESTAR	2016
82	PERDIDOS	2016
83	EL PLACER ES MÍO	2016
84	LOS PARECIDOS	2016
85	LA CASA DEL CINE PRESENTA: SEGUNDAS VUELTAS, TOMA 2	2016
86	LA DELGADA LÍNEA AMARILLA	2016
87	YO SOY LA FELICIDAD DE ESTE MUNDO	2016
88	LADRONAS DE ALMAS	2016
89	LLÉVATE MIS AMORES	2016

Anexo 4

Películas estrenadas

1	COLOSIO, EL ASESINATO	2012
2	CRISTIADA	2012
3	SUAVE PATRIA	2012
4	¡DE PANZAZO!	2012
5	AQUÍ ENTRE NOS	2012
6	DESPUÉS DE LUCÍA	2012
7	LA VIDA PRECOZ Y BREVE DE SABINA RIVAS	2012
8	EL CIELO EN TU MIRADA	2012
9	MORGANA	2012
10	VIAJE DE GENERACIÓN	2012
11	HECHO EN MÉXICO	2012
12	EL SANTOS VS. LA TETONA MENDOZA	2012
13	LUNA ESCONDIDA	2012
14	ZBAW, MEJORES AMIGOS	2012
15	GIMME THE POWER	2012
16	DÍAS DE GRACIA	2012

17	LA ÚLTIMA MUERTE	2012
18	LAS PAREDES HABLAN	2012
19	CHIAPAS, EL CORAZÓN DEL CAFÉ	2012
20	EL QUINTO MANDAMIENTO	2012
21	ATROCIOUS, TERROR PARANORMAL	2012
22	CARTAS A ELENA	2012
23	NO	2012
24	MORELOS	2012
25	GATURRO	2012
26	MEMORIA DE MIS PUTAS TRISTES	2012
27	ESPÍRITU DE TRIUNFO	2012
28	ADIÓS MUNDO CRUEL	2012
29	POST TENEBRAS LUX	2012
30	TRAVESÍA DEL DESIERTO	2012
31	EL SUEÑO DE LU	2012
32	EL FANTÁSTICO MUNDO DE JUAN OROL	2012
33	LIBRA X LIBRA: HISTORIA DE JUAN MANUEL MÁRQUEZ	2012
34	FLOR DE FANGO	2012
35	EL LENGUAJE DE LOS MACHETES	2012
36	EL LUGAR MÁS PEQUEÑO	2012
37	EL ECO DEL MIEDO	2012
38	LOS ÚLTIMOS CRISTEROS	2012
39	ALGUIEN HA VISTO A LUPITA	2012
40	AÑOS DESPUÉS	2012
41	EL VELADOR	2012
42	MAR DE FONDO	2012
43	CONTRATIEMPO	2012
44	18 CIGARRILLOS Y MEDIO	2012
45	MISIÓN EXPLOSIVA	2012
46	BUSCANDO LA OLA	2012
47	DURO Y FURIOSO	2012
48	TIJUANA SONIDOS DEL NORTEC	2012
49	UN DÍA MENOS	2012
50	FELICITAS	2012
51	FLOR EN OTOMÍ	2012
52	PELIGRO MORTAL	2012
53	VIDA EXPRESS	2012
54	ÉRASE UNA VEZ EN DURANGO	2012
55	A TRAVÉS DEL SILENCIO	2012
56	OTRO TIPO DE MÚSICA	2012
57	OCEAN BLUES	2012
58	TRAFICANTE DE SUEÑOS	2012
59	LA NOCHE DE LAS FLORES	2012
60	200 AÑOS DESPUÉS	2012

61	THE KID: CHAMACO	2012
62	ÁNIMA	2012
63	EL INGENIERO	2012
64	ELVIRA	2012
65	CIUDAD RURAL	2012
66	FOGONERO DEL DELIRIO	2012
67	LOS ROLLOS PERDIDOS	2012
68	NO SE ACEPTAN DEVOLUCIONES	2013
69	NOSOTROS LOS NOBLES	2013
70	AMOR A PRIMERA VISA	2013
71	NO SÉ SI CORTARME LAS VENAS O DEJÁRMELAS LARGAS	2013
72	EL CARTEL DE LOS SAPOS	2013
73	CINCO DE MAYO. LA BATALLA	2013
74	ME LATE CHOCOLATE	2013
75	SIETE AÑOS DE MATRIMONIO	2013
76	ESPECTRO	2013
77	TLATELOLCO. VERANO DEL 68	2013
78	TERCERA LLAMADA	2013
79	JUEGO DE NIÑOS	2013
80	ESPACIO INTERIOR	2013
81	HELI	2013
82	180 GRADOS	2013
83	CANELA	2013
84	BESOS DE AZÚCAR	2013
85	DESEO	2013
86	TODAS MÍAS	2013
87	31 DÍAS	2013
88	MARIACHI GRINGO	2013
89	EL SECRETO DEL MEDALLÓN DE JADE	2013
90	FECHA DE CADUCIDAD	2013
91	CIUDADANO BUELNA	2013
92	EL SUEÑO DE IVÁN	2013
93	NO QUIERO DORMIR SOLA	2013
94	LA CEBRA	2013
95	NOS VEMOS PAPÁ	2013
96	SOBRE ELLA	2013
97	EL EDIFICIO	2013
98	UN MUNDO SECRETO	2013
99	EL PACIENTE INTERNO	2013
100	REENCARNACIÓN	2013
101	VUELVE A LA VIDA	2013
102	HALLEY	2013
103	NÓMADAS	2013
104	ABOLICIÓN DE LA PROPIEDAD	2013

105	LA DEMORA	2013
106	ABC. NUNCA MÁS	2013
107	EL PREMIO	2013
108	TODO EL MUNDO TIENE A ALGUIEN MENOS YO	2013
109	EL NIÑO QUE HUELE A PEZ	2013
110	MIRADAS MÚLTIPLES	2013
111	MI MEJOR REGALO	2013
112	DIENTE POR DIENTE	2013
113	MI UNIVERSO EN MINÚSCULAS	2013
114	MARTÍN AL AMANECER	2013
115	EL VUELO DE LAS MONARCA	2013
116	CUATES DE AUSTRALIA	2013
117	DEPOSITARIOS	2013
118	ASALTO AL CINE	2013
119	CICLO	2013
120	LOS FABULOSOS 7	2013
121	VENTANAS AL MAR	2013
122	ACTORES S.A.	2013
123	LAS SUFRAGISTAS	2013
124	LAS RAZONES DEL CORAZÓN	2013
125	ENTRE LA NOCHE Y EL DÍA	2013
126	ALLÁ Y ENTONCES	2013
127	LA BRÚJULA LA LLEVA EL MUERTO	2013
128	AZUL INTANGIBLE	2013
129	LLUVIA DE LUNA	2013
130	LA HUELLA DEL DOCTOR ERNESTO GUEVARA	2013
131	PRELUDIO	2013
132	MAI MORIRE	2013
133	PARAÍOS ARTIFICIALES	2013
134	EL MAR MUERTO	2013
135	LA CASTRACIÓN	2013
136	LA NOCHE DEL PIRATA	2013
137	PALABRAS MÁGICAS	2013
138	MORIR DE PIE	2013
139	MÚSICA OCULAR	2013
140	MALAVENTURA	2013
141	LA CAMA	2013
142	LA MALETA MEXICANA	2013
143	LAS LÁGRIMAS	2013
144	HASTA EL SOL TIENE MANCHAS	2013
145	MI AMIGA BETY	2013
146	LA LUCHA DE ANA	2013
147	CANÍCULA	2013
148	MOSCA	2013

149	EL LADO OSCURO	2013
150	LAS MARIMBAS DEL INFIERNO	2013
151	LINTERNAS DE SANTA MARTHA	2013
152	LA PIEDRA AUSENTE	2013
153	LOS MEJORES TEMAS	2013
154	SOÑANDO CON TULUM	2013
155	EN LA CIUDAD DE LA FURIA	2013
156	QUEBRANTO	2013
157	LA REVOLUCIÓN DE LOS ALCATRACES	2013
158	BUSCANDO A MAR	2013
159	MEMORIA RECUPERADA	2013
160	PUEBLOS INDÍGENAS EN RIESGO	2013
161	CALLE LÓPEZ	2013
162	AMANECERES OXIDADOS	2013
163	UNA NOCHE VIOLENTA	2013
164	EL FUEGO INOLVIDABLE	2013
165	AQUÍ SOBRE LA TIERRA	2013
166	TRAFICANTES DE DÓLARES	2013
167	APASIONADO PANCHO VILLA	2013
168	LOS OJOS AZULES	2013
169	LA DICTADURA PERFECTA	2014
170	CÁSESE QUIEN PUEDA	2014
171	CANTINFLAS	2014
172	LA LEYENDA DE LAS MOMIAS DE GUANAJUATO	2014
173	¿QUÉ LE DIJISTE A DIOS?	2014
174	L CRIMEN DEL CÁCARO GUMARO	2014
175	MÁS NEGRO QUE LA NOCHE	2014
176	GUTEN TAG RAMÓN	2014
177	AMOR DE MIS AMORES	2014
178	OBEDIENCIA PERFECTA	2014
179	FACHON MODELS	2014
180	PARAÍSO	2014
181	VISITANTES	2014
182	PÁNICO 5 BRAVO	2014
183	CAMBIO DE RUTA	2014
184	I HATE LOVE	2014
185	LA JAULA DE ORO	2014
186	LA HIJA DE MOCTEZUMA	2014
187	CASI TR3INTA	2014
188	ILUSIÓN NACIONAL	2014
189	VOLANDO BAJO	2014
190	LOS INSÓLITOS PECES GATO	2014
191	CANON. FIDELIDAD AL LÍMITE	2014
192	HUÉRFANOS	2014

193	CLUB SÁNDWICH	2014
194	MILAGRO EN PRAGA	2014
195	VIAJES DE ESPERANZA	2014
196	EL LADO OSCURO DE LA LUZ	2014
197	DETRÁS DEL PODER	2014
198	¿QUIÉN ES DAYANI CRISTAL?	2014
199	DAME TUS OJOS	2014
200	FILOSOFÍA NATURAL DEL AMOR	2014
201	DARIELA LOS MARTES	2014
202	H2OMX	2014
203	GENERACIÓN SPIELBERG	2014
204	PARES Y NONES	2014
205	LAS HORAS MUERTAS	2014
206	WORKERS	2014
207	MY FIRST MOVIE	2014
208	CUMBRES	2014
209	TANTA AGUA	2014
210	PURGATORIO. VIAJE AL CORAZÓN DE LA FRONTERA	2014
211	1 PARA 1	2014
212	PRELUDIOS. LAS OTRAS PARTITURAS DE DIOS	2014
213	MITOTE	2014
214	NAVAJAZO	2014
215	ALAIDE FOPPA. LA SIN VENTURA	2014
216	MÁS AMANECERES	2014
217	SÍ EXISTE	2014
218	EL CUARTO DESNUDO	2014
219	INORI	2014
220	LA ÚLTIMA PELÍCULA	2014
221	¿QUÉ SUEÑAN LAS CABRAS?	2014
222	VESTIGIOS DEL PARAÍSO	2014
223	LAS BÚSQUEDAS	2014
224	FOGO	2014
225	ROSARIO	2014
226	LA GUERRA DE MANUELA JANKOVIC	2014
227	JOYFLUID	2014
228	POLOSOS	2014
229	LA MAÑANA NO COMIENZA AQUÍ	2014
230	RUPESTRE	2014
231	YO QUIERO A EVA	2014
232	WORDS WITH GODS	2014
233	LAS ARMAS	2014
234	LOS CHIDOS	2014
235	FERVOR INFANTILISTA	2014
236	YERBA MALA	2014

237	UN GALLO CON MUCHOS HUEVO	2015
238	EL GRAN PEQUEÑO / LITTLE BOY	2015
239	A LA MALA	2015
240	DON GATO. EL INICIO DE LA PANDILLA	2015
241	GLORIA	2015
242	ARCHIVO 253	2015
243	GUARDIANES DE OZ	2015
244	ELVIRA, TE DARÍA MI VIDA PERO LA ESTOY USANDO	2015
245	POR MIS BIGOTES	2015
246	UNA ÚLTIMA Y NOS VAMOS	2015
247	MEXICAN GANGSTER: LA LEYENDA DEL CHARRO MISTERIOSO	2015
248	MALAVENTURA	2015
249	TIEMPOS FELICES	2015
250	ILUSIONES S.A.	2015
251	LAS HORAS CONTIGO	2015
252	LOS JEFES	2015
253	ELLA ES RAMONA	2015
254	CUATRO LUNAS	2015
255	600 MILLAS	2015
256	TIERRA DE CÁRTELES / CARTEL LAND	2015
257	EN EL ÚLTIMO TRAGO	2015
258	EDDIE REYNOLDS Y LOS ÁNGELES DE ACERO	2015
259	HILDA	2015
260	GÜEROS	2015
261	LAS OSCURAS PRIMAVERAS	2015
262	ENAMORÁNDOME DE ABRIL	2015
263	LA INCREÍBLE HISTORIA DEL NIÑO DE PIEDRA	2015
264	SELECCIÓN CANINA	2015
265	EL INCIDENTE	2015
266	CARMÍN TROPICAL	2015
267	ENTRENANDO A MI PAPÁ	2015
268	LA FÓRMULA DEL DR. FUNES	2015
269	FAMILIA GANG	2015
270	GONZÁLEZ: FALSOS PROFETAS	2015
271	TODOS ESTÁN MUERTOS	2015
272	ITINERARIO DE UNA PASIÓN	2015
273	ECO DE LA MONTAÑA	2015
274	ALICIA EN EL PAÍS DE MARÍA	2015
275	ALIVIO	2015
276	ENTRE SOMBRAS	2015
277	DÓLARES DE ARENA	2015
278	LUTO	2015
279	LA NOCHE DE IGUALA	2015
280	LEVANTAMUERTOS	2015

281	VIENTO APARTE	2015
282	LA TIRISIA	2015
283	UN DÍA EN AYOTZINAPA 43	2015
284	EL ESPEJO DEL ARTE	2015
285	ÉRASE UNA VEZ EN HUNGRÍA	2015
286	DESPERTAR EL POLVO	2015
287	EL REINO DEL GUARDIÁN	2015
288	LO QUE REINA EN LAS SOMBRAS	2015
289	LA VIDA DESPUÉS	2015
290	MANTO ACUÍFERO	2015
291	OASIS	2015
292	LOS AUSENTES	2015
293	SÚPER NADA	2015
294	SOMOS MARI PEPA	2015
295	ASTEROIDE	2015
296	EL PENACHO DE MOCTEZUMA. PLUMARIA DEL MÉXICO ANTIGUO	2015
297	PUERTO PADRE	2015
298	MUROS	2015
299	ENERO	2015
300	MAXIMILIANO DE MÉXICO	2015
301	INFELICIDAD	2015
302	VIOLENCIA	2015
303	MI PUEBLO	2015
304	CARRIÉRE 250 METROS	2015
305	MUERTE EN ARIZONA	2015
306	EN LA ESTANCIA	2015
307	ESCAPANDO A CASA	2015
308	DIÁLOGO INTERNO	2015
309	CUANDO DEN LAS TRES	2015
310	CHUY, EL HOMBRE LOBO	2015
311	AYOTZINAPA, CRÓNICA DE UN CRIMEN DE ESTADO	2015
312	ESCRITO CON SANGRE	2015
313	L FOR LEISURE	2015
314	LA HORA DE LA SIESTA	2015
315	REZETA	2015
316	CACAHUATE	2015
316	¿QUÉ CULPA TIENE EL NIÑO?	2016
316	NO MANCHES FRIDA	2016
316	TREINTONA, SOLTERA Y FANTÁSTICA	2016
316	LA LEYENDA DEL CHUPACABRAS	2016
316	COMPADRES	2016
316	BUSCO NOVIO PARA MI MUJER	2016
316	UN PADRE NO TAN PADRE	2016
316	KM 31 - 2	2016

316	QUÉ PENA TU VIDA	2016
316	MACHO	2016
316	EL JEREMÍAS	2016
316	DESIERTO	2016
316	ME ESTÁS MATANDO SUSANA	2016
316	LA VIDA INMORAL DE LA PAREJA IDEAL	2016
316	RUMBOS PARALELOS	2016
316	EL CUMPLE DE LA ABUELA	2016
316	LA NIÑA DE LA MINA	2016
316	LAS APARICIO	2016
316	PARAÍSO PERDIDO	2016
316	CAPO. EL ESCAPE DEL SIGLO	2016
316	GUATDEFOC	2016
316	LA DELGADA LÍNEA AMARILLA	2016
316	JUEGO DE HÉROES	2016
316	7:19, LA HORA DEL TEMBLOR	2016
316	EL ÚLTIMO PACIENTE. CHRONIC	2016
316	PINK	2016
316	EL AMERICANO	2016
316	ESTAR O NO ESTAR	2016
316	BELLAS DE NOCHE	2016
316	SR. PIG	2016
316	SABRÁS QUE HACER CONMIGO	2016
316	LLEGANDO A CASA	2016
316	RAYADOS DE MONTERREY	2016
316	LAS ELEGIDAS	2016
316	EL ALIEN Y YO	2016
316	LOS PARECIDOS	2016
316	TE PROMETO ANARQUÍA	2016
316	LLÉVATE MIS AMORES	2016
316	DESDE ALLÁ	2016
316	UN MONSTRUO DE MIL CABEZAS	2016
316	LOS BAÑISTAS	2016
316	EN LA SANGRE	2016
316	EPITAFIO	2016
316	EL PATIO DE MI CASA	2016
316	JIRÓN DE NIEBLA	2016
316	LUNA DE MIEL	2016
316	LOS HÁMSTERS	2016
316	EL COMIENZO DEL TIEMPO	2016
316	ME QUEDO CONTIGO	2016
316	YO	2016
316	EISENSTEIN EN GUANAJUATO	2016
316	LO QUE NUNCA NOS DIJIMOS	2016

316	LUCIFER	2016
316	POTOSÍ	2016
316	LOS MUERTOS	2016
316	ZONA INVADIDA	2016
316	LA CALLE DE LA AMARGURA	2016
316	EL PLACER ES MÍO	2016
316	MATRIA	2016
316	QUÉ VIVA LA MÚSICA	2016
316	PARAÍSO EN AUSCHWITZ	2016
316	A LOS OJOS	2016
316	ALLENDE, MI ABUELO ALLENDE	2016
316	FOR THOSE ABOUT TO ROCK. LA HISTORIA DE RODRIGO Y GABRIELA	2016
316	MALACRIANZA	2016
316	SEMANA SANTA	2016
316	SEGUIR VIVIENDO	2016
316	HASTA EL FIN DE LOS DÍAS	2016
316	PARQUE LENIN	2016
316	ENTRE CUBA Y MÉXICO TODOES BONITO Y SABROSO	2016
316	MIRAR MORIR. EL EJÉRCITO EN LA NOCHE DE IGUALA	2016
316	LA PRIMERA SONRISA	2016
316	AEROSOL	2016
316	PLAN SEXENAL	2016
316	EL CAOS Y EL ORDEN	2016
316	EL GRITO DE LOS COYOTES	2016
316	INERCIA	2016
316	MALGRÉ TOUT	2016
316	CASA BLANCA	2016
316	PISTOLA DE JUGUETE	2016
316	ATROZ	2016
316	CONVERSACIONES CON MONO BLANCO	2016
316	LECCIÓN ZARAGOZA	2016
316	LA HUÉSPED	2016
316	VELOCÍRAPTOR	2016
316	REGINA	2016
316	MAÑANA PSICOTRÓPICA	2016
316	AYOTZINAPA 26	2016
316	ALICIA MÁS ALLÁ DEL ABISMO	2016
316	EL JESUITA	2016
316	ACUÉRDATE DE ACAPULCO	2016

Anexo 5
Películas mexicanas en Netflix

1	LOS HEREDEROS
2	PERDIDOS
3	ACAPULCO: LA VIDA VA
4	TE PROMETO ANARQUÍA
5	MUJERES INFIELES 4
6	MACHO
7	TAXISTA CALIENTE
8	EL VECINDARIO 3
9	SIMPLEMENTE MANUNA
10	UN PADRE NO TAN PADRE
11	BARRIO 13 PARTE 3
12	LA DELGADA LÍNEA AMARILLA
13	BELLAS DE NOCHE
14	EL ALIEN Y YO
15	TIEMPOS FELICES
16	SEMANA SANTA
17	LA VIDA IMORAL DE LA PAREJA IDEAL
18	ESTAR O NO ESTAR
19	07:19
20	HONEY MOON
21	SABRÁS QUÉ HACER CONMIGO
22	RECIÉN CASADO
23	EL CUMPLE DE LA ABUELA
24	FAMILIA GANG
25	GÜEROS
26	SOFÍA NIÑO DE RIVERA: EXPUESTA
27	POR MIS BIGOTES
28	ALICIA EN EL PAÍS DE MARÍA
29	TODO CAMBIA
30	SIETE AÑOS DE MATRIMONIO
31	LAS ELEGIDAS
32	ABOLICIÓN DE LA PROPIEDAD
33	LA BESTIA
34	NO ERES TÚ, SOY YO
35	LA ÚLTIMA Y NOS VAMOS
36	HILDA: DE ENTRADA. SIN SALIDA
37	RICARDO O'FARRIL ABRAZO GENIAL
38	A LA MALA
39	EN EL ÚLTIMO TRAGO
40	LAS HORAS CONTIGO
41	ECO DE LA MONTAÑA
42	MALAVENTURA
43	CUATRO LUNAS
44	ASÍ DEL PRESIPICIO

45	MÉXICO PELÁGICO
46	LA HIJA DE MOCTEZUMA
47	CASI TREINTA
48	LA DICTADURA PERFECTA
49	DETRÁS DEL PODER
50	AMOR: LETRA POR LETRA
51	LA HABITACIÓN AZUL
52	PARADAS CONTINUAS
53	VOLVERTE A VER
54	PASTORELA
55	LA VIDA PRECOZ Y BREVE DE SABINA RIVAS
56	MATANDO CABOS
57	LADIE'S NIGHT
58	HECHO EN MÉXICO

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar, agradezco a mis padres Alejandra y Ginés, no sólo por su apoyo, también por su aliento y comprensión.

Agradezco a mi director Andrés Barradas, por su paciencia, disposición, por su guía en este camino y sobre todo por no dejarme tomar atajos.

A mis lectores la Doctora Ana María Torres y el Maestro Fernando Moreno, esta tesis es el resultado de sus valiosos y siempre puntuales consejos y comentarios.

A la Doctora Sandra Gonzáles, que me enseñó que el camino al descubrimiento también puede ser el error.

A todos aquellos que brindaron su tiempo y experiencia, ya sea para darme un consejo o para brindarme una de las entrevistas que dan forma a este trabajo.

A mis maestros que a lo largo de estos dos años de Maestría fueron inspiración y parte importante de mi formación académica.

A todos aquellos que con su trabajo en el departamento de Comunicación me dieron apoyo y seguimiento para concluir satisfactoriamente.

A mi hermana Alejandra, por siempre estar ahí.

A Luis Alberto por ser mi brújula.