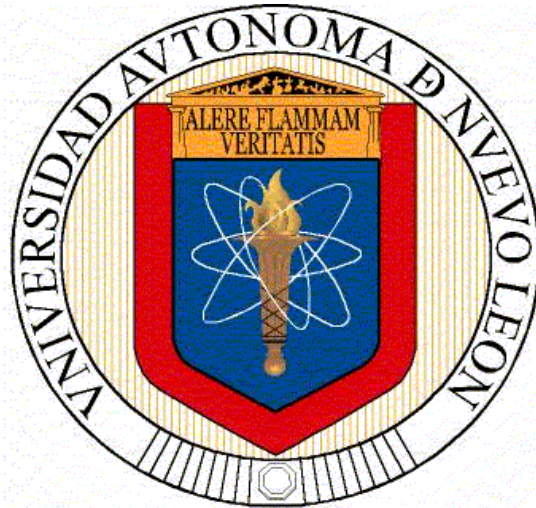


**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN
FACULTAD DE ARTES VISUALES**



TESIS

**LA EXHIBICIÓN DE PELÍCULAS MEXICANAS EN LAS SALAS DE CINE
COMERCIAL DE LA CIUDAD DE MONTERREY**

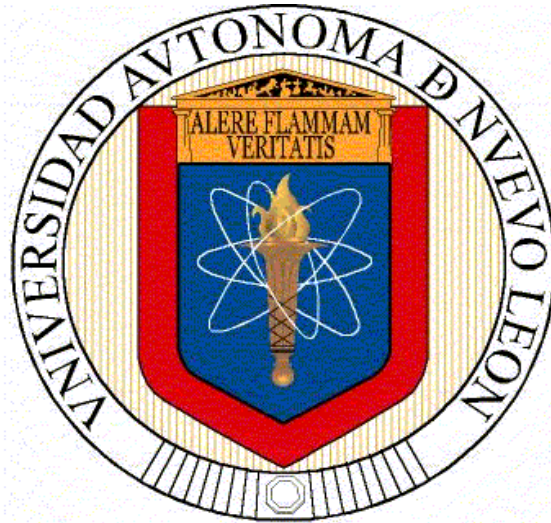
POR

NARCE DALIA GUADALUPE RUIZ GUZMÁN

**COMO REQUISITO PARCIAL PARA OBTENER EL GRADO DE MAESTRÍA
EN ARTES CON ACENTUACIÓN EN ARTES VISUALES**

FEBRERO 2014

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN
FACULTAD DE ARTES VISUALES
SUBDIRECCIÓN DE ESTUDIOS DE POSGRADO



TESIS

**LA EXHIBICIÓN DE PELÍCULAS MEXICANAS EN LAS SALAS DE CINE
COMERCIAL DE LA CIUDAD DE MONTERREY**

POR

NARCE DALIA GUADALUPE RUIZ GUZMÁN

**COMO REQUISITO PARCIAL PARA OBTENER EL GRADO DE MAESTRÍA
EN ARTES CON ACENTUACIÓN EN ARTES VISUALES**

ASESORA

DRA. LUCILA HINOJOSA CÓRDOVA

MONTERREY, NUEVO LEÓN, MÉXICO,

FEBRERO 2014

**LA EXHIBICIÓN DE PELÍCULAS MEXICANAS EN
LAS SALAS DE CINE COMERCIAL DE LA CIUDAD DE MONTERREY**

Aprobación de la Tesis:

Dra. Lucila Hinojosa Córdova
Asesora de Tesis y Presidente de Jurado de Examen

Dr. Mario Alberto Méndez Ramírez
Secretario de Jurado de Examen

M.A. Alejandro Suárez Porras
Vocal de Jurado de Examen

M.A. Abigail E. Guzmán Flores
Subdirectora del Centro de Investigación y Posgrado

AGRADECIMIENTOS

Lucila Hinojosa · Mario Méndez · Abigail Guzmán · Benjamín Sierra ·
Angélica Leyva · Enrique Ruiz · Gustavo Peña y Lillo · Víctor Ugalde · Jorge
Sánchez · Juan Manuel González · Janeth Aguirre · Luis R. Garza · David
Lozano · Eduardo Lucatero · Maximiliano Torres · Regina Montemayor ·
Arturo Pérez Navarro · José Luis Solís · Miguel Mendoza · Gilberto Pérez ·
Lucía Carreras · Miguel de la Torre · Alfredo Herrera · Francisco Martínez ·
Rocío Cárdenas · Blanca Aguirre · Marcela Reyes · Paloma Gatica
especialmente a mis dos amores
ALBERTO DE ZAMACONA y JOHANA SOFÍA.

Resumen

Lic. Narce Dalia Guadalupe Ruiz Guzmán
Universidad Autónoma de Nuevo León
Facultad de Artes Visuales

Fecha de Graduación
Febrero 2014

Título: LA EXHIBICIÓN DE PELÍCULAS MEXICANAS EN LAS SALAS DE CINE COMERCIAL DE LA CIUDAD DE MONTERREY

Número de páginas: 210

**Maestría en Artes
con acentuación en Artes Visuales**

Área de Estudio:
Maestría en Artes

Propósito y método de estudio:

El propósito de este trabajo ha sido demostrar que si bien la problemática del por qué el cine mexicano en su totalidad de producción no llega a las salas de cine comercial de la ciudad de Monterrey, es un problema multifactorial, una de las vertientes que podrían solucionar esta problemática es mediante las políticas culturales. El abordaje de la tesis mediante la economía política ha sido pertinente, ya que el cine desde sus inicios, plantea dos vertientes, la comercial y la artística, una no excluye a la otra, pero sí que es un negocio que mueve muchos intereses económicos, pero también es una expresión cultural y como tal, parte del imaginario de una sociedad y permite la identificación del individuo con su entorno. Para el estudio de este tema, se realizó un diseño de investigación mixto, no experimental, transeccional-descriptivo, se indagó la incidencia de las variables de estudio en su ambiente natural, combinando técnicas cuantitativas y cualitativas. En primera instancia, los resultados obtenidos, permiten aseverar que efectivamente la exhibición del cine nacional necesita de la mano administrativa del Estado mexicano, para que a través de medidas de diversa índole, no sólo por la cuota de pantalla, sino en la creación de una competencia más nutrida. La participación de las televisoras, la educación de la audiencia en apreciación del cine a nivel artístico y no sólo como entretenimiento, son algunas de las medidas que se proponen en esta investigación. A partir de estos resultados, se proponen nuevas líneas de investigación tales como un estudio multidisciplinario de la circulación del imaginario nacional, a través de la expresión artística.

FIRMA DEL ASESOR _____

Dra. Lucila Hinojosa Córdoba
ÍNDICE DE CONTENIDO

Agradecimientos	III
Resumen	IV
Índice de contenido	V
Lista de Tablas	VII
Lista de Gráficos	VII
Lista de Figuras	VIII
Lista de Fotos	VIII
Introducción	1

Capítulo 1. NATURALEZA Y DIMENSIÓN DEL ESTUDIO

1.1 Marco Contextual	5
1.2 Antecedentes	7
1.3 Planteamiento del Problema	10
1.4 Objetivo de la Investigación	11
1.5 Preguntas de Investigación	11
1.6 Hipótesis	13
1.7 Justificación de la Investigación	13
1.8 Limitaciones y Delimitaciones	14

Capítulo 2. REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1 Recuento histórico del cine mexicano	16
2.2 Los directores y productores del cine mexicano actual	22
2.3 Perfil del público que asiste a las salas de cine comercial	28
2.4 La Economía Política del Cine Mexicano	34
2.5 Las Políticas Culturales	40
2.6 Las Exhibidoras de Cine	43
2.7 Los fenómenos de las películas <i>Nosotros los Nobles</i> y <i>No se aceptan devoluciones</i>	46

Capítulo 3. EL MÉTODO

3.1 Diseño de la investigación	50
3.2 Fases de la investigación	51
3.3 Población y muestra	53
3.4 Recolección de datos	54

Capítulo 4.	ANÁLISIS DE RESULTADOS	
4.1	Presentación de Resultados	60
4.2	Análisis de Resultados	72
4.3	Interpretación de Resultados	76
	Capítulo 5.	CONCLUSIONES
	Conclusiones y recomendaciones	79
	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	87
	GLOSARIO	93
	ANEXOS	98
ANEXO 1.	Hoja de codificación de películas en las salas de cine.	
ANEXO 2.	Guía de preguntas.	
ANEXO 3.	Las transcripciones completas de las entrevistas.	
ANEXO 4.	Tablas 3 y 4. Número de películas exhibidas por país de origen que se exhibieron en cines comerciales de Monterrey.	
ANEXO 5.	Tablas 5 y 6. Películas Mexicanas exhibidas durante 2012 y 2013.	
ANEXO 6.	Tablas 7 y 8. Número de salas de cine comercial que dieron funciones y películas exhibidas en promedio.	
ANEXO 7.	Tabla 9 Sistematización de respuestas de los entrevistados.	
ANEXO 8.	Evidencia de envío y recepción de guía de preguntas.	

LISTA DE TABLAS

Tabla 1.	Espectadores de cine 2010, 2011 y 2012.	33
Tabla 2.	Listado de países de origen de las películas exhibidas en Monterrey durante 2012 y 2013.	57
Tabla 3.	Número de películas exhibidas por país de origen que se exhibieron en los cines comerciales de Monterrey en dos semanas compuestas de 2012	169
Tabla 4.	Número de películas exhibidas por país de origen que se exhibieron en los cines comerciales de Monterrey en dos semanas compuestas de 2013	170
Tabla 5.	Películas mexicanas exhibidas en el 2012	172
Tabla 6.	Películas mexicanas exhibidas en el 2013	173
Tabla 7.	Número de salas de cine comercial que dieron función y películas exhibidas en promedio por día en Monterrey durante dos semanas compuestas de 2012	174
Tabla 8.	Número de salas de cine comercial que dieron función y películas exhibidas en promedio por día en Monterrey durante dos semanas compuestas de 2013	174
Tabla 9.	Sistematización de las respuestas de los entrevistados	175

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfica 1.	Perfil de asistente al cine comercial por rango de edad, Festival Internacional de Cine de Monterrey.	31
Gráfica 2.	Perfil de asistente al cine comercial por ocupación, Festival Internacional de Cine de Monterrey.	32
Gráfica 3.	Distribución de la asistencia por estado 2011-2012	33
Gráfica 4.	Distribución del promedio anual de las salas según su origen 2012	62
Gráfica 5.	Distribución del promedio anual de las salas según su origen 2013	62

LISTA DE FIGURAS

Figura 1.	Después del 68: El Cine del Sexenio de Echeverría	18
Figura 2.	Intersección de los métodos de estudio para su Interpretación	59

LISTA DE FOTOS

Foto 1.	Extraída del periódico EL NORTE, Sección Gente del 10 de enero del 2011.	44
Foto 2.	Opinión en Facebook sobre la película <i>No se aceptan devoluciones</i> , un fenómeno también en redes sociales.	49

INTRODUCCIÓN GENERAL

En esta investigación se presentará un recuento del estado actual de la exhibición de las películas mexicanas en las salas de cine comercial de la ciudad de Monterrey, Nuevo León. Se considera que en primera instancia se debe hablar de la oferta de exhibición y como se relaciona ésta con la producción, se presentará un perfil del público que asiste a las salas de cine y se hará un análisis de la situación actual de la industria del cine nacional, quién controla el mercado de la exhibición en México actualmente, quién produce cine en México, cuál es la principal productora de cine en México, enlazada a las políticas culturales que han permitido la producción de cine en la época reciente de nuestro país. Se destaca que la cantidad de cine que se produce no siempre tiene un estreno en las salas de cine comercial, algunas películas porque no alcanzan a convencer a los distribuidores y otras porque los productores se topan con el gran duopolio de la exhibición que no siempre juega a su favor. La tesis consta de cinco capítulos. En el primero se presentan cómo surgió la idea de investigación así como la naturaleza y dimensión del estudio; el planteamiento del problema y los objetivos que guiaron el estudio; las preguntas que se buscaba contestar; la justificación con sus criterios argumentados para su realización; las limitaciones y delimitaciones de la investigación. Un segundo capítulo da cuenta de la información existente que proporciona fundamento a este estudio; se describe, en un nivel económico, cómo desde hace ya más de 20 años rigen la oferta y la demanda en la industria de nuestro

cine, y los intereses de la *Motion Pictures Association* en nuestro país; la cuestión del rendimiento económico tanto de la producción como de la exhibición; la distribución de cada peso recaudado en taquilla, quién se queda con las ganancias.

Un tercer capítulo versa sobre el método de investigación: se describe el proceso que llevó el trabajo de campo; la hipótesis de trabajo; los universos y muestras de estudio; los instrumentos que se utilizaron para la recolección de datos; el trabajo de recolección de la información.

En el capítulo cuarto, se presentan los resultados, su análisis e interpretación a la luz de la hipótesis planteada, la información documentada sobre el tema y las preguntas que se buscaba contestar.

Finalmente, en las conclusiones se reflexiona sobre los objetivos alcanzados, cómo se podría continuar esta investigación, se presentan algunas recomendaciones y sugerencias que podrían contribuir a diseñar mejores y más sustentables políticas de cultura para apoyar nuestro cine.

Es así que esta tesis busca explorar en lo que muchos expertos están de acuerdo que es el gran mal de la cinematografía actual. La asignatura pendiente: la exhibición. Un problema con múltiples vertientes que será abordado desde la perspectiva de las políticas culturales y la economía política.

CAPÍTULO 1

NATURALEZA Y DIMENSIÓN DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN

La problemática que se pretende abordar en esta tesis es que la cantidad de películas mexicanas que se producen actualmente rebasa por mucho a las que se estrenan en las carteleras de cine comercial de nuestro país. No tienen una exhibición que les permita llegar a su público, completar el circuito para lo cual fueron creadas, ya que la mayoría de las veces se quedan archivadas o mal estrenadas en televisión por cable. La toma de decisión de qué cine se estrena y cuál no, muchas veces viene marcado por el género, actores protagonistas y compañías, tanto productoras como distribuidoras que la avalan.

El Instituto Mexicano de Cinematografía (IMCINE) produce más del 50% del total de las películas que se producen en México. Un alto porcentaje de estas películas tienen reconocimientos internacionales, pero al momento que esas películas buscan un espacio en la cartelera de cine comercial en México, es muy complicado que lo encuentren.

Según la revista electrónica *La Semana de Frente*, que publicó un artículo de numeralia del cine mexicano en 2012, afirma:

Durante el sexenio que termina, la producción anual de cine mexicano osciló entre 65 y 70 películas producidas por año. En cuanto a películas estrenadas, los números cambian radicalmente a causa del viacrucis que toda película no hollywoodense experimenta para estrenarse, enfrentándose a películas con aparatos de mercadotecnia y número de copias mucho mayor. De 70 películas nacionales producidas, sólo se

estrenaron un promedio anual de entre 45 y 54 filmes. Datos correspondientes al 2011, presentados en el informe anual del IMCINE, revelan la competencia desigual de nuestro cine en la que debía de ser su cartelera primordial: ese año se vendieron 205 millones de entradas en taquilla; el total de esa taquilla fue de 9,755 millones de pesos; de esa cantidad, solamente 613 millones fueron generados por películas mexicanas; es decir, 89% del total en taquilla fue directo a las películas estadounidenses. 82% de las películas recibieron apoyo de alguno de los tres fondos del IMCINE (FOPROCINE, FIDECINE, EFICINE). Y sólo 13% del público mexicano ve cine nacional (Valdés, 2012)

En 1992, México firmó un tratado de libre comercio con Estados Unidos y Canadá (TLCAN), en el cual se establece que las películas de cada país firmantes podrán contar con un 30% de pantalla para las películas de cada país firmante (Casas, 2000), regulando, con ello, el libre flujo de contenidos audiovisuales de Estados Unidos y México y viceversa; sin embargo, Canadá, al apelar a la excepción cultural, logró que su cine tuviera un tratamiento especial dentro de su propio territorio, excepción que México no aseguró con su propio cine, lo cual, aunado a un cambio regulatorio para adaptar las leyes sobre cine a las condiciones del libre mercado, ha causado al paso de los años que cada vez sea más complicado tener estrenos de cine nacional en nuestras pantallas y, a la vez, que se consuma más cine de Estados Unidos.

Esta tesis pretende abordar las vertiente de la economía política de la cinematografía nacional, a través de un estudio documental de la exhibición a nivel nacional, y un estudio empírico de la exhibición a nivel local mediante el

análisis de las carteleras cinematográficas locales, de los años 2012 y 2013, aprovechando la coyuntura del fenómeno de taquilla de las más recientes películas mexicanas *Nosotros los Nobles* y *No se Aceptan Devoluciones*.

1.1. Marco Contextual

El engranaje de la producción cinematográfica en México ha pasado por diversas etapas siempre marcadas por el Presidente en turno, dependiendo la visión hacia el cine que tuviese el Presidente se prestaba más o menos atención a la producción de cine. El Instituto Mexicano de Cinematografía juega un papel muy importante en el quehacer cinematográfico nacional, fundado en el año de 1983, siendo un ente independiente al Gobierno Federal que se autogestiona (esto en lo teórico), siempre dependerá de la partida presupuestaria que le asigne el congreso del sexenio que corresponda, para saber qué tantas películas podrá apoyar durante ese año o ese sexenio.

Es así que no hay continuidad a veces en los proyectos, cada cambio de sexenio los cineastas tiemblan, porque saben que existe la posibilidad que si el proyecto no sale antes de las elecciones es muy probable que ya no se realice una vez que se sepa quién será el Presidente sucesor.

Hace mucho daño esta falta de continuidad a la Industria Cinematográfica y si bien es cierto que en los últimos tiempos ha habido una voluntad de conciliación entre el gobierno federal y la industria cinematográfica, no parecen suficientes los esfuerzos para que se convierta realmente en una INDUSTRIA así en mayúsculas, y no en un grupo de personas que viven de las subvenciones que

asigna el gobierno, sin el interés real de que se sane ese sistema viciado que es el de la producción de cine.

Desde la firma del Tratado de Libre Comercio de América del Norte, la producción de películas mexicanas disminuyó considerablemente, pasando de 78 películas en promedio entre 1981 a 1990, a menos de 20 películas entre 1994 y 2004, según datos proporcionados por el IMCINE.

Muchas vertientes existen por dónde abordar el problema de la exhibición de cine mexicano en nuestro país, desde la hegemonía de Hollywood en nuestra cartelera nacional y las prácticas de la *Motion Pictures Association* de velar por los intereses de las *mayors* estadounidenses, la formación de espectadores, el tipo de películas que se ofertan, etc. Sin embargo, dado lo expuesto en los anteriores renglones, la investigación se centrará en cómo afectan las políticas culturales a la exhibición de las películas mexicanas.

Hay varias instituciones ocupadas en el quehacer de las políticas culturales y el cine, tal es el caso del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA), el Instituto Mexicano de Cinematografía (IMCINE), la Cámara Nacional de la Industria del Cine y del Videograma (CANACINE), entre otras. El análisis de sus políticas con respecto al cine fueron cruciales para el desarrollo de la tesis.

Esta investigación se apoya en estudios relacionados con el tema de la economía política de la cultura de diversos autores internacionales y nacionales, los que conforman el marco teórico de la investigación, entre ellos Vincent Mosco, Janet Wasko, George Yúdice, Néstor García Canclini, Enrique

Sánchez Ruiz, Eduardo de la Vega Alfaro, Víctor Ugalde, por mencionar algunos.

1.2. Antecedentes

En 1992, el H. Congreso de la Unión liberó el precio del boleto de las salas cinematográficas, retirándolo de la canasta básica. A partir de 1994, nuevas empresas comenzaron a invertir en el país, instaurando una nueva modalidad de exhibición denominada multiplex, que consiste básicamente en ampliar la oferta de películas en un complejo de salas de cine, lo que requiere de varias pantallas equipadas con aparatos de imagen y sonido de alta calidad.

Nuevas empresas de exhibición iniciaron construcciones de nuevos complejos cinematográficos, enfocados básicamente a las clases medias y altas de la población establecidas en las principales urbes de México.

Al liberarse el precio del boleto se ha venido incrementando su costo, pues con un salario mínimo diario en 1990 se podían comprar cinco entradas, en tanto en el 2009 sólo se puede adquirir un sólo boleto.

El mayor problema es que la industria del cine mexicano actual pareciera no tener con qué defenderse ante la poderosa industria de cine norteamericano.

Al no establecer la excepción cultural en el cine (cosa que los europeos defendieron mucho durante la legislación para conformar la comunidad europea), en México tenemos que competir en cartelera y sin cartas a favor contra los blockbusters veraniegos como *Iron Man* y *Toy Story*.

Si una película del tipo de *Spider Man* tiene una campaña de publicidad de alrededor de los 10 millones de pesos, en el caso de las películas mexicanas es un gran logro llegar por lo menos al par de millones, que son pocas las producciones que acceden a ello, la mayoría pasan sin pena ni gloria en el aspecto de la publicidad, al menos en nuestro país. Cosa distinta sucede con los estrenos de películas mexicanas en el extranjero, como fue el caso de la película de Eugenio Derbez, *No se Aceptan Devoluciones*, donde la distribuidora creó todo un aparato publicitario para promoverla previo a su exhibición.

En marzo de 2001 se aprobó el Reglamento de Desarrollo a la Ley de la Cinematografía de 1992, que establece una serie de medidas para favorecer el desarrollo de la industria y la producción local, tales como la prohibición al doblaje de las películas extranjeras, la cuota de pantalla del 10% para el cine nacional y la creación del Fideicomiso de Inversión y Estímulos al Cine (Fidecine), cuyo presupuesto recomendado es de unos 100 millones de pesos. La firma del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) y la desaparición de COTSA (Compañía Operadora de Teatros, S.A.) en la década de 1990, afectaron el destino de la exhibición del cine mexicano. Al proliferar las multi salas y apostar de nueva cuenta por la producción cinematográfica pensada para estrenar en el cine (con la aparición del VHS hubo un momento en la historia en que realmente se pensó que el cine desaparecería en su formato para sala de cine y sólo se quedarían los *Video Home* y las películas hechas para televisión), se generó un optimismo también en la industria nacional y se bautizó como “Nuevo Cine Mexicano”. Sin embargo, en las salas

de cine, los programadores, por compromisos con las grandes compañías de distribución norteamericanas programan en su mayoría películas de Hollywood que tienen un aparato de publicidad y mercadotecnia importante.

El estrenar películas mexicanas en salas de cine comercial se vuelve un acto de fe, más que un negocio, es por ello que el sistema se vicia. No se estrenó *Cilantro y Perejil* porque tuviera excelentes actuaciones y una buena crítica, se estrenó con la esperanza de que durara más de un fin de semana en cartelera. Algunas películas mexicanas logran pasar ese primer fin de semana y otras no (el Reglamento de la Ley Cinematográfica obliga a la exhibición de al menos una semana para las películas nacionales). Es así que al caer la producción y cambiar las reglas del juego, el cine mexicano ha tenido que buscar otros espacios para poder lograr encontrarse con su espectador.

Aún y cuando la cuota de pantalla fuese del 50% para el cine mexicano, como lo regulaba la Ley de Cine anterior a la de 1992, si bien impactaba en el número de espectadores que veían películas mexicanas, en realidad a los que ayudaba esta cuota era a los productores y a los que se dedicaban a esta industria, se trataba de una especie de círculo virtuoso, donde al haber más dinero para hacer películas, se producían películas de mejor calidad, los exhibidores se interesaban en ellas y el público en general las aceptaba. La cuestión está en que en los años setentas y ochentas del siglo pasado, con la cuota de pantalla del 50% reglamentada, la industria decayó por una serie de factores, llamémoslos tecnológicos (las antenas parabólicas, las video caseteras, etc.). Esta situación fue aprovechada para justificar los cambios a la legislación.

Un 10% de cuota de pantalla es a lo que las películas mexicanas tienen derecho de exhibición hoy y desde 1997, por una semana al menos, que si bien no es lo ideal, es la misma industria la que tiene que ir ganando terreno con productos que generen interés en los espectadores, para de esta manera ir aumentando esta cuota. La ley de la oferta y la demanda se impone hoy en día como regla en los mercados globales de todos los sectores, entre ellos el de la industria del cine.

En la llamada Época de Oro del Cine Nacional, cuando se producían alrededor de 100 películas anuales, el cine mexicano producía sobre todo melodramas, jocosas comedias y algunos filmes de suspenso y terror.

En el cine mundial, al igual que en el mexicano, en la década de los cincuentas del siglo pasado, los filmes consagrados eran sobre todo dramas y películas de suspenso, como las del afamado director Alfred Hitchcock.

Si hacemos una comparación de las películas más taquilleras y consagradas por la crítica en los primeros años del nuevo milenio, encontraríamos que liderando la taquilla del mundo se encuentran sobre todo películas de fantasía, ciencia ficción, acción y animación, mientras que en México lo que se sigue produciendo son películas dramáticas y comedias, películas intimistas y de denuncia.

1.3. Planteamiento del Problema

La problemática del cine mexicano, como se ha visto en los párrafos anteriores, es que no ha encontrado su lugar en las salas de cine comercial. Las políticas de protección al cine nacional no son respetadas y las grandes cadenas de cine

comercial, junto con toda la maquinaria de cine de Hollywood, estrenan en su gran mayoría películas provenientes de Estados Unidos.

La producción del cine nacional ha mejorado a partir del año 2000, saliendo de su gran debacle de la década de los noventas del siglo pasado. Desde 2006 se producen entre 65 y 70 películas mexicanas en promedio por año, sólo en el 2012 se produjeron 112 (Informe IMCINE 2012), pero sólo alrededor de la mitad de dichas películas son estrenadas comercialmente, y muy pocas son las que logran la permanencia en las salas y permear en el gusto del público. Atención especial merecen los éxitos recientes del 2013 de *Nosotros los Nobles* y *No se aceptan devoluciones*, que han roto los récords de ingreso en taquilla, por ello el interés de este estudio.

1.4. Objetivo de la Investigación

Analizar el efecto de las políticas culturales en la exhibición de películas mexicanas de las salas de cine comercial de la ciudad de Monterrey, Nuevo León.

1.5. Preguntas de Investigación

- ¿Cuántas películas mexicanas llegan a la cartelera de la ciudad de Monterrey y en cuántas salas de cine comercial se exhiben?
- ¿Cómo impactan las políticas culturales a la exhibición del cine mexicano?
- ¿qué papel desempeñan las leyes y reglamentos sobre cine en la exhibición?
- ¿Qué hace que el espectador vaya al cine a ver una película mexicana?

- ¿Qué papel debe de tomar el estado mexicano para fomentar los públicos de cine?
- ¿Qué percepción se tiene sobre los cineastas mexicanos?
- ¿Qué papel desempeñan las escuelas de cine en la formación de cineastas mexicanos?
- ¿Qué cambios serían pertinentes a las políticas culturales para promover la exhibición y públicos de cine mexicano?

Lo que se pretende lograr con esta investigación es tener una respuesta a la problemática de la exhibición de las películas mexicanas en las salas de cine comercial. Cine mexicano se produce y pareciera encontrar sólo lugar en los circuitos de salas de arte y festivales de cine, mas no llega a conectar con el público para el que fue creado. El que la producción de películas mexicanas haya aumentado en la última década responde en parte a los programas de estímulos que ha creado el Estado (FOPROCINE, FIDECINE, EFICINE), y a algunas de las políticas culturales promovidas en materia de cine en lo que llevamos del nuevo milenio; sin embargo, el apartado de exhibición ha estado olvidado y sigue estando a merced del disfrute de unos pocos, como lo señala Pedro Matute:

El problema real de cine mexicano y por el cual no encuentra a su público en las salas cinematográficas, es de políticas públicas. Se debe cambiar la legislación cinematográfica y hacer que los exhibidores la cumplan, obligándolos a que todas las producciones mexicanas sean estrenadas en su año de producción o conforme se vayan terminando,

dándoles corrida completa y no solo una función, dejándolas un mínimo de dos semanas en cartelera sin importar lo que recauden y si esta va en ascenso, dejarlas todo el tiempo necesario y no las quiten por darle la sala a una cinta norteamericana, que tengan buenas fechas de exhibición, que se exhiban en todo el país, que siempre se encuentre en todos los complejos cinematográficos mínimamente un film nacional en corrida completa y que la repartición del ingreso en taquilla sea más equitativa otorgándole un porcentaje mayor al productor. La producción de cine en México no puede disociarse de la distribución y exhibición para que llegue al público que ya ha encontrado (Matute, 2011, p.11).

1.6. Hipótesis

Si se implementara una política cultural que ayudase no sólo a la producción, sino también a la exhibición en la cinematografía, esto haría de la industria cinematográfica una industria más sostenible.

1.7. Justificación de la Investigación

Es pertinente realizar esta investigación, ya que hay muy poca información y estudios que hablen de la parte de la exhibición en el circuito de creación de la cinematografía nacional. Sí bien el IMCINE tiene ya dos décadas de elaborar informes anuales y su Anuario, con información a nivel nacional, hacen falta estudios a niveles locales que analicen las intersecciones entre las dinámicas culturales del país y su resonancia en los contextos de las distintas entidades como Nuevo León.

Existen estudios donde se han abordado la producción y las temáticas como por ejemplo *La Recepción del Cine Mexicano y las Construcciones de Género. ¿Formación de una Audiencia Nacional?* de Patricia Torres San Martín; o la investigación de Gabriela Hernández, *Cine Mexicano, su Producción y Consumo*, pero los estudios recientes sobre la exhibición del cine nacional no están al acceso de investigadores de universidades y público en general. Al identificar con esta investigación algunas de las razones por las que las películas están mal estrenadas o el público no las recibe como a los autores y productores de dichos filmes les gustaría, podríamos dar respuestas y emprender acciones para de alguna forma revertir este fenómeno, tales como asignar en un solo mes varios estrenos de películas mexicanas, o lograr que el público opine que hay en las historias que se presentan actualmente en la cinematografía nacional, que no enganchan al espectador.

1.8. Limitaciones y Delimitaciones

Una de las limitaciones de esta investigación fue la falta de material de consulta, al no ser un tema muy abordado por los estudiosos del cine se cuenta con escasas referencias.

En cuanto a las delimitaciones, las temporales se enfocan a la última década, 2003-2013. Aún y cuando el Tratado de Libre de Comercio se firmó en 1992, a casi 20 años de su entrada en vigor (1994) sus efectos todavía se resienten en el circuito productivo cinematográfico, por lo que se considerará como un aspecto histórico importante para este análisis. El cambio de partido en el gobierno federal, en el 2000, también significó cambios en el sistema de

apoyos, la exhibición de películas mexicanas en salas de cine comercial y la producción del cine mexicano, ya que estos cambios lograron que paulatinamente se modificara el panorama de nuestro cine, es por eso que los 10 últimos años son los seleccionados para realizar esta investigación.

Gran camino se ha recorrido desde el 2003 y un fenómeno interesantísimo sucede en el 2013: los records de taquilla obtenidos por las películas mexicanas *Nosotros los Nobles* y *No se aceptan devoluciones* exigen que también se analice el por qué de su éxito entre los espectadores.

En cuanto al método, se aplicó un método mixto que nos permitiera obtener tanto un panorama de las variables de estudio, como profundizar en algunas de ellas para su mejor interpretación, utilizando técnicas cuantitativas y cualitativas de observación.

Se realizó un análisis de contenido de las carteleras de los principales periódicos a nivel local para saber cuántas y cuáles películas se estrenaron y cuánto tiempo duraron en cartelera.

Se realizó un estimado de rentabilidad por copia de exhibición, ya que hay cintas que se estrenan con menos copias, pero resultan más rentables.

Se llevaron a cabo entrevistas a personalidades del gremio del cine a nivel local para saber su opinión sobre la problemática y posibles soluciones.

Finalmente se buscó realizar un análisis integral de los factores que desde la economía política de la cultura afectan a la cinematografía mexicana, tanto en lo nacional como en lo local.

CAPÍTULO 2

REVISIÓN DE LITERATURA

2.1. Recuento histórico del cine mexicano

México es un país con una gran tradición cinematográfica, grandes cineastas se han dado en el seno de este país Arturo Ripstein, el Indio Fernández, Alfonso Arau y otros como el genio Luis Buñuel encontraron en México su segunda patria al exiliarse.

El flamante inicio de la cinematografía mundial encontró eco inmediatamente en México; durante el gobierno del presidente Porfirio Díaz sintió fascinación por el invento de los Lumière y eso permitió que tanto el proyector de cine, como la cámara para grabar, estuvieran en México ya en el año de 1896.

En sus inicios con el apoyo del gobierno, la industria del cine tuvo un gran crecimiento, en los cuarentas el cine ya representaba la cuarta industria más importante por su participación en el Producto Interno Bruto (García Riera en Gómez García 2005, p. 254) gracias a la Segunda Guerra Mundial, varios talentos fílmicos encontraron en México un país que los aceptaría en su exilio, ayudando así al crecimiento de la industria.

La bien conocida época dorada del cine nacional se fortaleció no sólo de buenos técnicos y grandes directores, los más recordados, reconocidos y queridos por el público de ese entonces y de la actualidad son los actores. En los años cincuentas del siglo pasado estuvo en todo su esplendor el *star system* con María Félix, Jorge Negrete, Pedro Infante, Dolores del Río, entre otros.

Además el engranaje, producción, distribución y exhibición, funcionaba a la

perfección. Pero esta bonanza terminó con el inicio de los sesenta del siglo pasado. El gobierno de López Mateos tenía cosas más importantes que pensar y la aparición de la televisión desde la década anterior dio el tiro de gracia a la boyante industria.

Como lo comenta Marco Aurelio Casillas en la publicación de la revista

Etcétera:

Varios opinan que la trágica muerte del querido actor y cantante sinaloense Pedro Infante en 1957 cerró esta etapa en el cine mexicano, y aunque algunos directores de la “Época de Oro” continuaron sus carreras dentro de un nuevo esquema de cine estatizado, en los 70, nuestro cine perteneció por derecho propio a los cineastas surgidos de la turbulenta década anterior. Alfonso Arau, Jaime Humberto Hermosillo, Gabriel Retes y Alberto Isaac son botones de muestra (Casillas, 2007, p. 1-2)

Llegó el declive del cine mexicano. Los talentos que regresaban a su lugar de origen y la reducción del apoyo por parte del Estado Mexicano que pasó de ser paternalista a apático, trajo que la producción cayera estrepitosamente y que se comenzarán a cerrar las salas de proyección

En 1970 entró Luis Echeverría a Los Pinos. El ex presidente Echeverría fue un entusiasta partidario de la industria cinematográfica. Durante ese sexenio, el Banco Nacional recibió mil millones de pesos para el aparato técnico y administrativo del cine nacional, en 1975 se fundaron cuatro casas productoras (Casillas, 2007). Esto llevó a que el cine mexicano fuese totalmente estatizado, aunque no necesariamente “nacionalizado”, pero las administraciones

siguientes se encargaron de “devolver el cine” a la iniciativa privada (Sánchez Ruiz, 1998, p. 56).

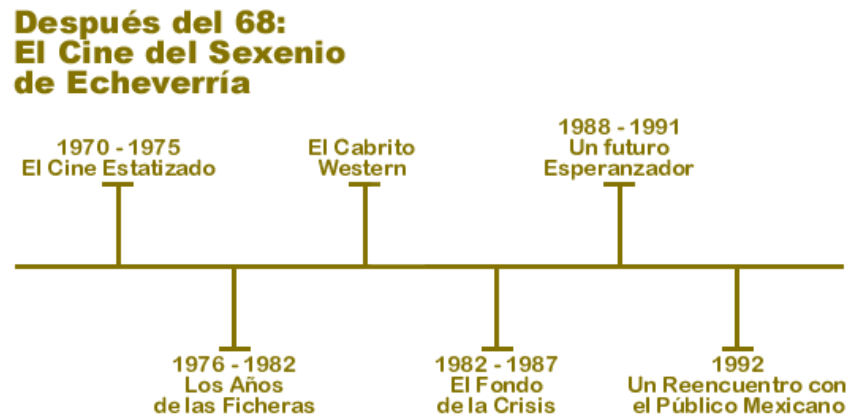


Figura 1. Después del 68: El Cine del Sexenio de Echeverría.

En los años ochenta del siglo pasado, cuando Televisa programaba en su barra de películas del Canal 5 el sábado por la tarde una tanda de diversas películas estadounidenses, fue el tiempo también en que gracias al VHS la gente tenía acceso en los videoclubs a una variada selección de filmes. El cine tuvo una fuerte recaída a nivel mundial, porque la gente prefería más quedarse en casa a ver la televisión o rentar una película, que ha ir al cine. Las salas de cine de “toda la vida” comenzaron a desaparecer, se desplomaron las graficas de asistentes a la sala de cine y la industria del cine en general tembló ante la idea de que el futuro sería el Video Home.

Instalados en la última década del siglo pasado, se inicia con una nueva camada de jóvenes directores, un movimiento que con el tiempo fue bautizado como EL NUEVO CINE MEXICANO. Según Maximiliano Maza, especialista en cine mexicano:

Para el público mexicano de los noventa, títulos como *La tarea* (1990) de Jaime Humberto Hermosillo, *Danzón* (1991) de María Novaro, *La mujer de Benjamín* (1991) de Carlos Carrera, *Sólo con tu pareja* (1991) de Alfonso Cuarón, *Cronos* (1992) de Guillermo del Toro, o *Mirolava* (1993) de Alejandro Pelayo, poseyeron un significado de alta calidad, muy distinto al que se le atribuía al cine mexicano pocos años antes. Las nuevas películas mexicanas hicieron que el cine volviera a formar parte activa de la cultura de nuestro país. En general, el cine mexicano experimentó un feliz reencuentro con su público. La asistencia a las salas de cine para ver películas mexicanas aumentó considerablemente entre 1990 y 1992. La renta de estas mismas películas en video sobrepasó las expectativas de los distribuidores.

En apartados posteriores de esta tesis, se explican las cuestiones políticas que marcaron la década. En este recuento es importante mencionar que la década de 1990, cuando aún era presidente Carlos Salinas de Gortari, se envió una iniciativa de reforma a la legislación de cine, cuyo principal propósito era acoplar el cine al concepto de entretenimiento y no de arte o cultura, para beneficiar así a las cadenas de distribución y exhibición sobre todo estadounidenses (Lay, Arellano, 2010)

2.1.1. El Tratado de Libre Comercio de América del Norte

El Tratado de Libre Comercio de América del Norte o TLCAN por sus siglas en español y NAFTA por sus siglas en inglés, se firmó por México en el mes de noviembre de 1993. Un tratado que en su momento buscaba un acuerdo

comercial regional para ampliar el mercado de bienes y servicios entre los países del norte de América. Consiste básicamente en la eliminación o rebaja sustancial de los aranceles para la exportación entre las partes.

En materia de cinematografía que es lo que atañe a esta investigación, los bienes culturales tales como el cine, entraron a la canasta del tratado, igual que cualquier otra industria como la automotriz o la agricultura. No se buscó proteger el cine como un bien cultural.

Se vio afectada tanto la producción como la distribución del cine mexicano por el proceso de transición a la globalización del país, con la apertura de los mercados, las privatizaciones y cambios a las legislaciones de los distintos sectores productivos y de servicios, entre ellos el cinematográfico, lo que trajo consigo las crisis de 1994-1995 y la de 1998 (Gómez García, 2005, p. 250).

La firma del Tratado de Libre Comercio fue un verdadero parte aguas para la industria cinematográfica en nuestro país, que no estaba preparado para enfrentar los retos de la globalización de los mercados. Poner a competir películas de no más de 20 millones de pesos de presupuesto, que es el costo promedio de las películas del 2012, según el anuario del IMCINE, contra producciones de más de 200 millones de dólares de presupuesto, marca una verdadera desventaja competitiva. No sólo en la calidad de producción, sino también con los presupuestos para la promoción y engranaje publicitario, previo al estreno de la película en sala.

2.1.2. El Cine Mexicano en el Siglo XXI

A la vuelta de 20 años con el TLCAN el panorama de la vida política del país no es muy distinta a la de décadas pasadas.

La última década del siglo XX en México, al igual que en muchos países del mundo, fue una década marcada por profundas transformaciones políticas y sociales que permitieron la institucionalización de ciertos avances democráticos tan fundamentales como un sistema de partidos políticos en competencia y una institución del Estado cuyo propósito esencial es garantizar las elecciones democráticas. [...] Es natural que si el sistema de partidos es diferente, también se ha transformado la vida en el Congreso, la relación entre el Poder Ejecutivo y el Poder Legislativo así, como la relación entre la sociedad y el Congreso. (Lay, 2005, p.11)

Las legislaciones que a partir del TLCAN han afectado al circuito de producción-distribución-exhibición de cine mexicano, marca la reforma a la Ley de Cinematografía aprobada el 15 de diciembre de 1998, tras ocho meses de trabajo y cabildeo por parte de la comunidad social cinematográfica y de la Cámara Nacional de la Industria del Cine y del Videograma (CANACINE), arrancó el nuevo milenio con la era del multiplex, cines con múltiples salas, cuya finalidad en un inicio era ofrecer mayor variedad de títulos y horarios al público, lo que terminó en mayor cantidad de funciones solamente, ya que en una cadena de cines con 15 salas, en verano puede haber el mismo título en ocho salas y en las siete restantes sólo dos o tres títulos más.

En fechas recientes, un fenómeno ha sucedido con el cine mexicano, tema que

también abordaremos más adelante. El fenómeno de las películas más taquilleras no sólo del año 2013, sino tal vez de la década, son *Nosotros los Nobles* y *No se Aceptan Devoluciones*, títulos cuyos estrenos se hicieron bajo el estándar de distribuidoras estadounidenses.

Para cerrar este breve recuento, hay que mencionar que en la afamada época dorada, la intervención del Estado era primordial. La venta de películas mexicanas a toda América Latina se hacía a través de una paraestatal. El fin de la segunda guerra mundial, los malos manejos y la aparición del VHS fueron haciendo que poco a poco la industria del cine boyante que fue, muriera. Pero en este nuevo milenio, gracias a las nuevas tecnologías, a la formación profesional que ahora es más accesible, a la labor de los festivales de cine como promotores culturales y a nuevas alianzas entre productores y distribuidoras estadounidenses, han hecho que el cine vuelva a tomar aliento y siga buscando su lugar en la preferencia del gran público.

No hay que dejar de mencionar la labor del IMCINE como promotor de la cinematografía nacional, y el hecho de que múltiples títulos nacionales han sido galardonados en afamados festivales alrededor del mundo gracias a sus gestiones y apoyos.

2.2. Los directores y productores del cine mexicano actual

El Instituto Mexicano de Cinematografía (IMCINE), organismo público descentralizado que impulsa el desarrollo de la actividad cinematográfica nacional a través del apoyo a la producción, el estímulo a creadores, el fomento

industrial y la promoción, distribución, difusión y divulgación del cine mexicano, según su propia página web se creó el 25 de marzo de 1983 para:

- Consolidar y acrecentar la producción cinematográfica nacional.
- Establecer una política de fomento industrial en el sector audiovisual.
- Apoyar la producción, distribución y exhibición cinematográfica dentro y fuera de las fronteras de México.
- Generar una buena imagen del cine mexicano y sus creadores en el mundo.
- Promover el conocimiento de la cinematografía a públicos diversos a través de festivales, muestras, ciclos y foros en todas las regiones del país

El IMCINE es la gran productora del cine mexicano en la actualidad, con los apoyos que brinda a los cineastas. De las 418 películas hechas entre 2007 y 2012, 227 cintas obtuvieron el apoyo del Estado, según datos del Anuario del propio IMCINE 2012. De las películas que se producen anualmente, entre el 60% y el 80% son películas apoyadas con recursos federales.

Los apoyos que se otorgan a través del IMCINE son:

EI FONDO PARA LA PRODUCCIÓN CINEMATOGRAFICA DE CALIDAD

(FOPROCINE) creado en enero de 1998, está encaminado al fomento, apoyo y difusión de la cinematografía mexicana de calidad, artífice fundamental para la difusión de nuestra cultura e identidad nacional.

EI FONDO DE INVERSIÓN Y ESTÍMULOS AL CINE (FIDECINE), creado el 22 de agosto del año 2001, está encaminado al fomento y promoción permanentes

de la industria cinematográfica nacional, con perspectivas de recuperación financiera: "Tenemos la misión de garantizar el fomento a la producción cinematográfica de calidad, más allá de las fórmulas exitosas en taquilla, por eso contamos con programas y fondos de apoyo", en palabras de Marina Stavenhagen, ex directora hasta el 2012 del IMCINE (imcine.com.mx).

Desde el año 2009, ya como presidente Felipe Calderón, se aprobó la iniciativa de decreto para efectuar la interpretación auténtica del Artículo 226 de la Ley del Impuesto Sobre la Renta.

Este Artículo 226 del Estímulo Fiscal a Proyectos de Inversión en la Producción Cinematográfica Nacional o EFICINE es un apoyo que se otorga a la industria cinematográfica por la producción de largometrajes, consistente en aplicar un crédito fiscal por el monto aportado a un proyecto de inversión por un contribuyente del Impuesto sobre la Renta (ISR).

Las escuelas de cine como el Centro de Estudios Cinematográficos y el Centro de Capacitación Cinematográfica son también un gran incentivo para la producción nacional. Cada generación que egresa, la institución educativa financia de uno a tres largometrajes, dependiendo del año y de los estudiantes que se gradúan.

De las 112 películas producidas en 2012, 43% fueron óperas primas.

El cine sigue siendo muy centralizado. Después de la ciudad de México, que en el 2012 se produjeron 46 películas, sigue el Estado de Baja California Norte con siete películas y el Estado de Jalisco con sólo seis títulos. Nuevo León produjo tres películas en 2012 según números del Anuario 2012 del IMCINE.

Busi Cortés, directora de la película *El Secreto de Romelia* (1988), mencionó en una entrevista que le hizo Alejandro Medrano Platas para el libro *Quince Directores de Cine Mexicano*, a propósito de la distribución de su película:

Las películas del fondo [FONDO DE FOMENTO A LA CALIDAD CINEMATOGRAFICA] que se hicieron en ese tiempo, tenían que ser distribuidas por Películas Nacionales y ésta era de las distribuidoras más corruptas que existían en ese entonces, porque estaban asociadas con productores nacionales de películas de ficheras y de cine de barrio... (sic) entonces competía con las mismas películas de ese tipo y les daban preferencia a esas películas en lugar de las nuestras (Medrano, 1999, p.84).

Para terminar con las prácticas corruptas, el IMCINE ha hecho todo un sistema de convocatorias abiertas al “público general” para que todos los productores audiovisuales del país puedan meter sus carpetas de producción de películas, documentales, cortometrajes, animaciones, incluso apoyos al guión, y la posproducción.

El IMCINE toma en cuenta el record de las personas que presentan las carpetas y muchas de las veces, a los que se les asignan los apoyos, son personas “reconocidas” en el medio nacional, casi siempre centralizados a productoras capitalinas.

Esto no ha detenido la producción en los Estados. Hay entidades federativas como la de Nuevo León, donde instituciones como el Consejo para las Artes de Nuevo León (CONARTE) hacen una convocatoria anual para la producción de cortometrajes, y otra para la producción de un largometraje anual.

El apoyo está condicionado a que las personas que presentan proyecto ya tengan otra parte del presupuesto asegurada.

Existen actualmente, con las nuevas tecnologías, opciones como el *crowd founding*, que permiten, a través de redes sociales y cuentas *pay pal*, juntar el dinero necesario con aportación de amigos y conocidos, para poder hacer un proyecto audiovisual, ya sea un cortometraje, un largometraje o un documental.

2.2.1. Sobre los Directores de Cine Mexicano

Hay que hacer distinción entre los cineastas mexicanos que trabajan en México y los que trabajan en Estados Unidos, casos como los de Alfonso Cuarón, Alejandro González Iñárritu y Guillermo del Toro, es bien sabido que son cineastas que dejaron de trabajar en nuestro país para conseguir mejores condiciones de filmación, con mayores presupuestos y nivel de profesionalidad. Los cineastas mexicanos que trabajan en México que son reconocidos sobre todo a nivel de circuitos de festivales, por decir algunos, son: Carlos Reygadas, Carlos Carrera, Fernando Eimbke, Julián Hernández, Amat Escalante, Michell Franco, Gerardo Naranjo, Sebastián del Amo, entre otros.

Carlos Reygadas, desde su primera película, ha estado presente en el Festival de Cine de Cannes; Amat Escalante ha participado ya en un par de ocasiones en tan prestigioso festival; Fernando Eimbke ganó este 2013 la Concha de Oro, en el Festival de Cine de San Sebastián; Juan Hernández ha sido ganador del Teddy, por parte de la Berlinale.

Las expresiones artísticas de estos cineastas son diversas y plurales, no todos hablan de la inseguridad y de lo que algunos se quejan como el “México feo”.

Sin embargo comparten cuestiones de calidad, de dominio del lenguaje cinematográfico, de innovación en su narrativa, de valores artísticos que los han llevado a diversos festivales internacionales y que han cosechado premios para el país.

Este tipo de cine no está hecho con intención comercial, se hace como una manifestación artística, antes que buscar el gran público.

El cine mexicano que busca las salas de cine comercial, es, por ejemplo *El Santos vs. La Tetona Mendoza*, o *Chiapas, el Corazón del Café*, que tuvieron sus estrenos en salas de cine comercial, pero sin una acogida muy entusiasta por parte de la crítica ni del público.

2.2.2. Sobre los Productores de Cine Mexicano

Sobre los productores del cine mexicano, son más bien “buscadores de apoyos y patrocinios”. Hay pocos productores que cuenten con el capital necesario para estar invirtiendo por lo menos en dos películas anuales. Los Hermanos Rovzar, quienes saltaron al ring de la producción con *Matando Cabos*, han mantenido una producción consistente desde el 2004. Su modelo de producción con Lemon Films ha sido buscar producciones de corte más bien comercial, sin dejar de apostar al cine de arte. Ellos produjeron *Después de Lucía* en el 2012 y actualmente están incursionando en el mundo televisivo con la serie *Sr. Ávila* para HBO y el piloto de *Saturday Night Live México*. Otras de sus producciones son: *Navidad S.A.*, *KM 31* y *Salvando al Soldado Pérez*.

Leonardo Zimbron es otro productor reconocido en el medio. No trabaja para una productora en específico, pero sí tiene por lo menos en IMDB, un historial

de 13 películas mexicanas en las que ha trabajado como productor, con títulos como *Amor a Primera Vista*, *Nosotros los Nobles*, *Viento en Contra*, *Bajo la Sal*, entre otras. El tipo de películas que hace también es buscando un tipo de cine más comercial.

Roberto Fiesco hace dupla normalmente con el director conocido, sobre todo en el ambiente lésbico-gay con Julián Hernández. Roberto en el 2013 incursionó como director de un documental llamado *Quebranto* que ha tenido mucha aceptación en festivales de cine. Las películas que tiene como productor son: *Las Razones del Corazón*, *Asalto al Cine*, *Martin al Amanecer*, *Rabioso Sol*, *Rabioso Cielo*, *Mil nubes de paz cercan el cielo*, *amor, jamás acabarás de ser amor*, entre otras. Tiene un total de 48 créditos como productor en IMDB y uno como director. El tipo de películas que hace siempre son en búsqueda de un sentido más artístico y llegar a la mayor cantidad de festivales posibles, sin tener tanto peso en las carteleras de cine, pero sí el reconocimiento del gremio. Los productores son más agentes *free lance*, que los inversionistas del pasado, que ponían su dinero buscando retribuciones mayores. Ahora pareciera que los productores ofrecen sus servicios, no al mejor postor, sino al proyecto que más les interese a nivel personal.

2.3. Perfil del público que asiste a las salas de cine comercial

Según la Comisión Federal de Mejora Regulatoria (COFEMER), México es el sexto país con mayor asistencia relativa por número de habitantes en el mundo, donde un habitante en México asiste al cine en promedio 1.67 veces al año,

únicamente superado por Corea del Sur, Estados Unidos, Francia, Reino Unido e India.

Hay que hacer varias distinciones cuando hablamos del público, primero, que se trata del público que asiste a las salas de cine comercial.

El cine mexicano actual presenta dos tendencias muy definidas, que van de lo popular a lo exquisito, muy bien caracterizadas en la proliferación de óperas primas financiadas fundamentalmente con el dinero propio. Por una parte se encuentran los jóvenes directores (muchos de ellos formados en el extranjero) que buscan un resultado comercial, el éxito en taquilla, con la idea de competir con el cine de Hollywood utilizando fórmulas recurrentes. Generalmente se encuentran con un panorama desolador, al encontrar que las condiciones del cine mexicano no son las propicias para considerar la producción cinematográfica como un buen negocio. Por otro lado están los jóvenes cineastas (la mayor parte formados en escuelas de cine) que proponen nuevas temáticas, nuevos lenguajes y una búsqueda formal arriesgada. Evidentemente, se encuentran con la dificultad de que sus trabajos accedan a públicos amplios, por lo que la necesidad expresiva de estas películas sólo se justifica por su pertinencia cultural (Casas, 2011).

En el año 2012 hubo 228 millones de asistentes a las salas de cine, de estos asistentes, el cine mexicano sólo tuvo 10 millones de espectadores. En el 2013, tan sólo la película *Nosotros los Nobles* tuvo un aproximado de 7 millones de espectadores y *No se Aceptan Devoluciones* tuvo un total de 14 millones de espectadores, es decir, con un par de películas se ha duplicado la cantidad de

espectadores que se tuvieron en el 2012, lo cual habla de que nuestro cine está viviendo actualmente un buena época.

Al gran público que asiste a las salas de cine comercial, que busca cine “catártico” que le permita olvidar por un momento sus problemas, le gustan sobre todo la fantasía y la acción. Según el Anuario del IMCINE, de las 10 películas más taquilleras del 2012, seis películas fueron de fantasía y cuatro películas animadas. Dentro de la oferta de cine mexicano, la producción tanto de cine de acción como de fantasía, es más bien escasa, por los altos costos de producción. Según el mismo Anuario, del año 2002 al 2012 el público asistió a ver más producciones mexicanas de animaciones y dramas que comedias. Sin embargo, en ningún año ha sido tan nutrido el número de asistentes como en lo que va de este 2013, con dos comedias que han atraído al mayor número de público en mucho tiempo.

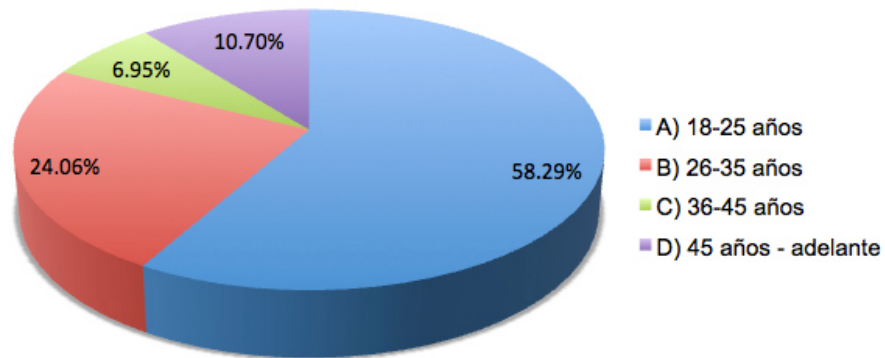
Esto muestra que el cine mexicano no cumple la demanda de género que busca el público, de acuerdo a los datos del Anuario, pero hay que hacer la aclaración de que se trata de sólo un limitado porcentaje de la población que tiene acceso a una sala de cine comercial en su localidad. Según datos del ex presidente de la Sociedad de Directores-Realizadores de Producciones Audiovisuales de México, Víctor Ugalde, el 75% de la población en México no tiene acceso a una sala de cine comercial, nicho que cubre en gran medida la piratería.

Después hay que hablar del público que no sólo asiste a las salas de cine comercial, sino también al circuito de salas de cine de arte y los festivales de cine.

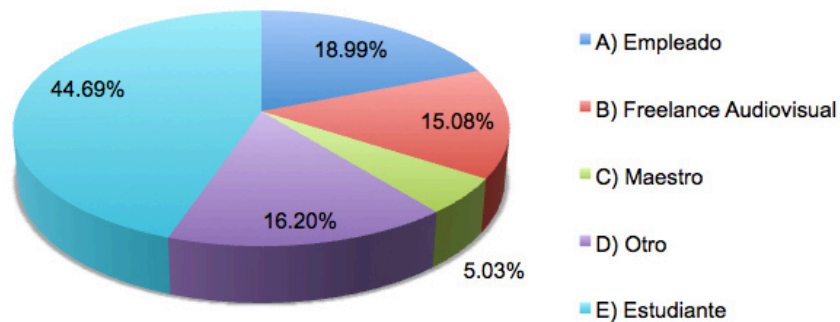
Esta investigación se centra en la exhibición en las salas de cine comercial, por lo cual el tipo de público que interesa es el que asiste a este tipo de cines.

Según Hinojosa (2007), el público que asiste a las salas de cine es eminentemente joven. El rango de edad entre 15 y 29 años, representan el 75% del público que asiste a las salas. Asisten casi en el mismo porcentaje hombres y mujeres. Sobre el perfil del grado de estudios, el público que asiste el cine en un 55% es profesionista y en 33% tiene estudios de preparatoria.

Este perfil de público coincide con la información concedida por el Festival Internacional de Cine de Monterrey, la que se muestra en las Gráficas 1 y 2, lo cual permite reflexionar que, por lo menos en la ciudad de Monterrey, el público que asiste a las salas de cine comercial y al del festival del cine es de un perfil muy similar.



Gráfica 1. Perfil del público asistente al Festival Internacional de Cine de Monterrey 2012, por rango de edad. Fuente FIC Monterrey.



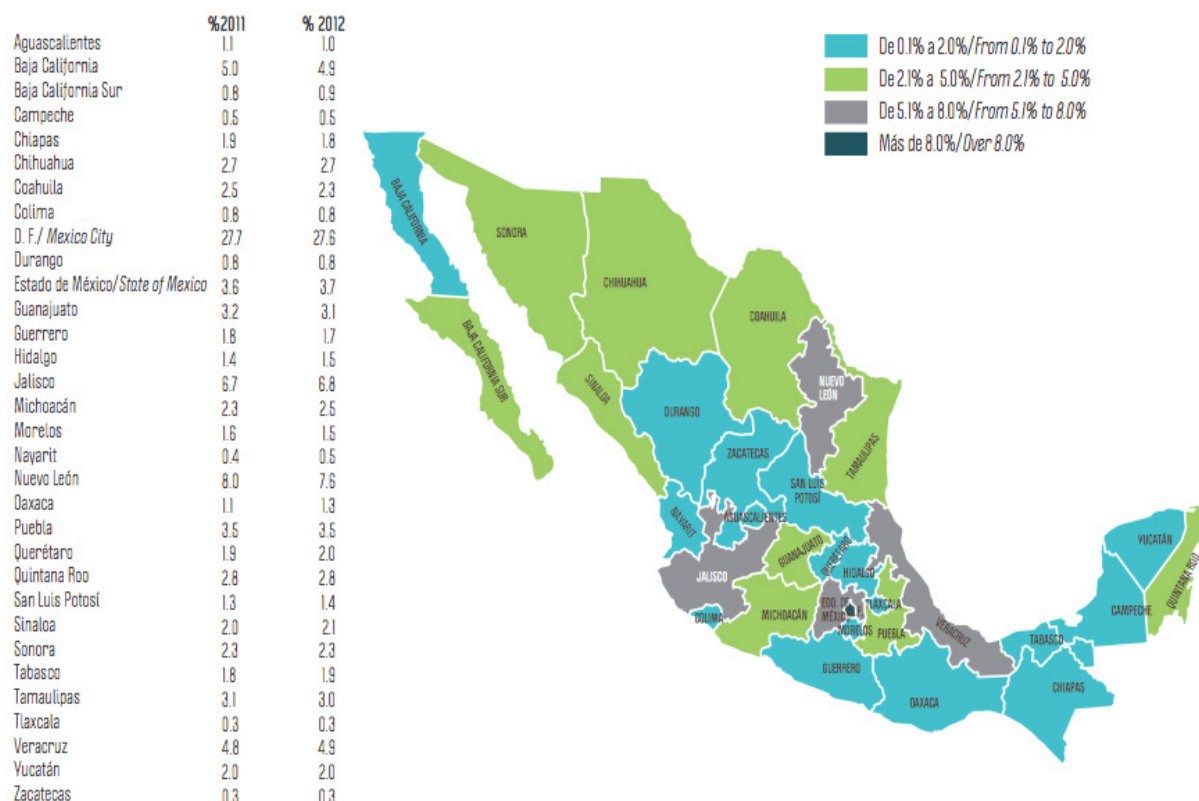
Gráfica 2. Perfil del público asistente al Festival Internacional de Cine de Monterrey 2012, por ocupación. Fuente FIC Monterrey.

Según otros datos del IMCINE, en el 2012 el 88.65% de los asistentes a las salas de cine vieron cine estadounidense, el 6.24% cine europeo, y el 4.79% vieron cine mexicano.

Los Estados en donde se va más al cine son: Quintana Roo, Baja California, Nuevo León, Distrito Federal y Baja California Sur. Sin embargo sólo en el DF y su área metropolitana es donde se da el 100% de los estrenos de las películas mexicanas que se producen, y es dónde más público asiste a ver cine mexicano, junto con la zona pacífico del país. En el norte y sur del país es donde menos se consume cine mexicano.

En el Distrito Federal, su área metropolitana y la zona pacífico, es donde se concentra el 49% de las pantallas del país, y la zona norte tiene el 20% de las pantallas. Sólo Nuevo León tiene más de 300 pantallas.

Distribución de la asistencia por estado 2011-2012 - Distribution of Attendance by State 2011-2012



Fuente: Imcine con datos de Rentrak
Source: Imcine with data from Rentrak

Gráfica 3. Distribución de la asistencia por estado 2011-2012

En la Tabla 1 que se presenta a continuación se ve el número de espectadores que han tenido las películas mexicanas en los últimos 3 años:

Tabla #1. Espectadores de cine 2010, 2011 y 2012.

AÑO	MILLONES DE ESPECTADORES CINE MEXICANO	MILLONES DE ESPECTADORES DE CINE EN TOTAL
2010	11.5	190
2011	13.8	205.2
2012	10.9	228

Fuente: Elaboración propia con datos de los informes de IMCINE.

2.4. La Economía Política del Cine Mexicano

El cine es una expresión artística, pero al mismo tiempo es visto por inversionistas como un negocio. En esta tesis el cine es abordado como ambas cosas, una expresión cultural que hace crecer el nombre de la cinematografía mexicana en el extranjero, pero al mismo tiempo un negocio, en el que inversionistas esperan hacer que crezca para que sus inversiones sean más redituables. Ambas vertientes buscan hacer de la cinematografía nacional la industria que alguna vez fue y no ha vuelto a ser.

Abordar aquí el concepto de industria cultural es importante. Eduardo de la Vega Alfaro cita a los padres del concepto de la industria cultural, Horkheimer y Adorno, cuando dice que es incluso permitido abolir el esparcimiento en aras de que la industria cultural redirija las necesidades de los consumidores, que las eduque.

La industria cultural implica a la economía, la cultura y el poder. El concepto fue creado por Adorno y Horkheimer para explicar y expresar el malestar frente a la producción de cultura como simple mercancía. ¿Es el cine sólo mercancía? ¿Es el cine un bien cultural?

Actualmente hay una producción cinematográfica que ha sido reconocida sobre todo en el extranjero. El impulso que se da a la producción cinematográfica se ve reflejado en la cantidad de películas que obtienen premios en los principales festivales de cine del mundo. Cine de autor y de denuncia, han sido las constantes de películas premiadas fuera del país.

Sin embargo, el cine no es sólo obtener premios, también necesita generar riqueza. Es por ello que cineastas y personas involucradas en la cadena de producción coinciden en que no hay como tal una industria del cine en México. Hay esfuerzos individuales o de ciertos sectores, pero no lo suficiente como para que permita la circulación de bienes que generen riqueza.

A finales de la década de los cuarenta del siglo pasado, la industria cinematográfica fue la cuarta en importancia en México por su participación en el PIB y no se han recuperado esos números desde entonces. La industria cinematográfica en Estados Unidos es una industria que genera alrededor de \$396 mil millones de pesos anuales; en México, según datos de *El Economista*, se generan alrededor de \$435 millones de pesos.

Según la revista *Sociedad y Valores Estadounidenses* (e-journal USA):

En Estados Unidos, las películas provienen generalmente de dos fuentes: grandes estudios que producen cada año muchas películas y programas de televisión, y cineastas independientes, tanto estudiantes como cineastas experimentados. En ocasiones mediante subsidios de universidades o consejos de artes o humanidades- los cineastas independientes reciben indirectamente apoyo de fondos que se originaron en los gobiernos locales, estatales o federal, pero más a menudo el financiamiento proviene de inversionistas privados o mediante organizaciones filantrópicas a quienes les interesa promover las artes o una causa de la que se ocupa una película.

Es por ello que al ser una actividad que tiene estas dos vertientes, la cultural y la económica, es importante tener en cuenta la Economía Política.

La Economía Política, según Janet Wasko (2006), se centra en estudiar la producción, distribución, intercambio y consumo de las riquezas y las consecuencias para el bienestar de los individuos y de la sociedad. Se ocupa de los estudios de las políticas de producción, asignación o distribución, y lo referente al capital y la organización y el consumo.

Desde esta perspectiva, el interés de esta investigación es intentar explicar por qué no llega el cine mexicano a las salas de cine comercial, y saber en qué medida está relacionado a los hábitos de consumo de los espectadores.

Desde la firma del TLCAN, se liberó el precio de taquilla que anteriormente estaba contemplado dentro de la canasta básica, lo que provocó que la industria de la exhibición (que está en sí, sí es una industria), entrara en un sistema económico neoliberal regido por las bases de la oferta y la demanda.

En el 2012, el Box Office en México registró cerca de 10,000 millones de pesos, con más de 226 millones de espectadores, lo que ubica al país en el quinto lugar mundial con un promedio de asistencia al cine de dos veces por año.

De cada peso que entra en taquilla, su repartición es la siguiente:

60% es la cuota máxima para el exhibidor

30% o el 28% es para el distribuidor

10% o el 12% es para el productor

16% pago de impuestos

1.5% Derechos de Autor

Existen en nuestra localidad cines que cobran desde los \$25.00 por entrada al cine, hasta los \$130.00 por persona.

Si las empresas de producción cinematográfica mexicanas no cuentan con los grandes presupuestos estadounidenses que les permiten tener mega producciones y destinar hasta el 40% de lo presupuestado a campañas de publicidad que logran persuadir al consumidor para que vean las películas (Miguel, 2004), entonces el reto de las producciones mexicanas será encontrar elementos que hagan que el producto sea interesante para el mercado, sin olvidar la misión cultural que en si lleva el séptimo arte, logrando un balance que impulse ambos sectores del país y a las compañías productoras en particular.

Lozano y Barragán, investigadores de la UANL, han presentado un modelo de factores a considerar para obtener éxito comercial en las producciones cinematográficas. Ellos con una visión más enfocada al sector económico, proponen:

1. *Efectos especiales.*- aumentan el atractivo visual del producto y/o material artístico, además que genera nuevas investigaciones y el desarrollo de tecnologías.
2. *Potenciar el efecto club.*- es decir, mediante la creación de películas que busquen una franquicia (secuencia o saga), se generará una fidelidad de marca entre los espectadores.
3. *Merchandising.*- los ingresos no sólo se pueden obtener de la venta de la película, sino también con productos promocionales como juguetes, ropa, libros, guiones, etc.
4. *Entre más costo menos el riesgo.*- esto significa que si tenemos a un actor, director, productor o guionista de renombre, que por lo tanto

incrementará los costos, el riesgo se reducirá al provocar que los espectadores sientan la confianza de que tendrán entretenimiento garantizado al ver el film.

5. *Clasificación.*- según ésta será la restricción del ingreso a las salas, aunque las películas con violencia o violencia y sexo tienen más probabilidad de tener éxito. (Barragán, Lozano, 2012, p. 8)

Su modelo busca crear una industria sostenible, que genere retorno de inversión a los probables capitales de inversión para no estar supeditados a los apoyos de gobierno. Parten de la premisa de que las películas que se producen actualmente no están dirigidas al gran público, y no sólo eso, buscan que incluso este tipo de producciones realizadas bajo el esquema propuesto, pueda generar ingresos en el extranjero, no sólo en nuestro país. Este esquema fue presentado en el 2009.

Lo cierto es que ni siquiera Hollywood tiene una fórmula que permita a través de ciertas variables determinar qué tanto éxito tendrá una película, lo intenta, pero no todas las veces lo logra.

El caso reciente de las dos películas mexicanas más taquilleras del 2013 demuestra que no tienen efectos especiales, no parecieran tener las posibilidad del efecto club, aunque bien es cierto, *Nosotros los Nobles* ya ha sido vendida a seis países para ser visionada en esas otras latitudes tales como Brasil y Canadá, según la revista *Expansión*.

Es cierto que ambas películas eran clasificación para todo el público y en el caso específico de *No se aceptan devoluciones* contaba con el renombre del director, por su trabajo como actor de televisión. Y en el caso de *Nosotros los*

Nobles pareciera no ser tanto el renombre ni de los actores, ni del director, cuya película era su opera prima, sino más bien el *Know How* de la agencia de publicidad más prestigiosa de México, *Alazraki*, cuyo dueño y director general es el padre del director de *Nosotros los Nobles*.

El cine como actividad cultural pareciera estar obteniendo resultados con directores consagrándose, incluso en la industria (paradójicamente) de Hollywood, sin embargo, a nivel económico sigue sin conseguir el retorno de la inversión y generar una industria que se mantenga a sí misma mediante todos los sectores involucrados en la cadena de producción.

Las agencias de casting, los laboratorios, maquillistas, vestuaristas, gaffers, obtienen sus ganancias, primordialmente de la industria audiovisual en lo general y en la industria de la publicidad en lo particular.

Existe actualmente personal más capacitado, con mayores estudios, con experiencia comprobada que se foguean en el mundo de la publicidad, amando profundamente el cine, pero haciéndolo más como una actividad “por gusto”, más no por “hobbie”, sabiendo que muchas veces de ahí no podrán obtener más que un pago escaso por su trabajo.

Si bien es cierto que en la capital del país hay más actividad tanto publicitaria, audiovisual, televisiva y cinematográfica, sin embargo el resto del país se ve alienado, con pocas producciones aventuradas que hacen cine, casi más como un club entre amigos, que como un negocio en realidad.

2.5. Las Políticas Culturales

La problemática de la exhibición del cine mexicano tiene diversas vertientes de dónde se puede abordar. La economía, el marketing, la creación de historias, idiosincrasia del público, etc. Sin embargo, investigadores como Pedro Matute y Eduardo de la Vega Alfaro, críticos de cine como Leonardo Tsao y Fernanda Solórzano, coinciden que es la poca o vaga legislación a este respecto lo que pareciera ser el factor de cambio que podría marcar un cambio en la exhibición del cine mexicano.

Si bien es cierto que no todo fenómeno cultural debe volverse objeto de política cultural, sino sólo aquellas prácticas socialmente organizadas, que para que se ejecutan requieren fomento, protección, reglamentación, como menciona Nivón en su libro *La Política Cultural*. El cine como práctica cultural que produce y reproduce significados, es un objeto de política cultural.

La legislación, bajo una política neoliberal, como expone Víctor Ugalde, ha beneficiado hasta el momento al cine norteamericano, poner a competir industrias tan dispares ha convertido al pueblo mexicano en consumidores de cine de EUA con las repercusiones ideológicas y económicas que esto conlleva.

Hoy la cultura es entendida como un recurso, un placer, un factor de soberanía que necesita dejar de concebir a las dependencias de cultura de los Estados como secretarías de egresos y empezar a tomarlo en cuenta como fábricas de regalías, promotoras de empleos y de dignidad.
(Miller, 2010)

Las políticas culturales abarcan una amplia gama del quehacer artístico, tienen la capacidad de llegar a los diversos momentos de la creación, desde la formación, la protección de productos con valor histórico, social y artístico, además de servir como apoyo a la identidad.

La cultura incorpora los procesos de producción, distribución y consumo. Y las políticas culturales deben promover mayor creatividad, difundir valores, así como ayudar a la creación que contribuya al desarrollo social y económico.

Es patrimonio artístico a final de cuentas.

Es por ello que el cine, al ser una actividad artística, económica y social, es de gran importancia la injerencia del Estado en la protección de esta creación.

El eterno enfrentamiento entre el proteccionismo o no en la era del neoliberalismo se topa con la idea de que la cultura que en algunas áreas del quehacer nacional es producida industrialmente y está subordinada directamente al mercado y su éxito depende del mercado.

La industria cultural produce y reproduce sus bienes en función del mercado y los consumidores son piezas indispensables en el circuito de producción.

Según Adorno “quién habla de cultura, habla también de administración, quiéralo o no”. Muchas veces el concepto de política cultural va de la mano con cuestiones administrativas. La mirada administrativa es diferente: consiste en ejercer una visión que se impone por encima de la actividad humana desde la cual acumula, reparte, pondera, organiza.

Adorno opina lo siguiente sobre las políticas culturales:

No debe auto complacerse de su sentido cultural, sino asumir y llevar adelante consideraciones críticas. No debe suscribir sin reparo, sin

crítica, las creencias culturales. No debe comentarse con la función de mero órgano administrativo (Adorno citado por Nivón, 2006, p. 32).

La administración tiene que acudir al especialista al momento de redactar las leyes, al momento de otorgar apoyos, pero hay un conflicto entre supuestos expertos y los artistas, pues los primeros a fin de cuentas son parte de la administración y puede ahorcar la espontaneidad del proceso creativo o simplemente carece de capacidad para estimular el proceso.

El crítico debe sostener intereses del público contra el público, por lo que el experto no puede dejarse llevar por el peso de la opinión pública.

En la actualidad la política cultural ha llegado a ser algo más que la suma de las políticas sectoriales relacionadas con el arte y la educación artística pues supone un esfuerzo de articulación de todos los agentes que intervienen en el campo cultural; esto es, del sector público y el privado; del Estado y los diferentes actores de la cultura: del sector artístico y también del de la ciencia y la tecnología.

La suma total de los usos, acciones o ausencias de acciones de una sociedad, dirigidas a la satisfacción de ciertas necesidades culturales a través de la óptima utilización de todos los recursos materiales y humanos disponibles a una sociedad determinada en un momento dado (UNESCO, 1976).

Según Jorge Sánchez, actual director de IMCINE, en un artículo que se publicó en la revista *Toma* señala:

Como cineastas, debemos desarrollar las capacidades para conectarnos con nuestros públicos. Es decir, para que nuestro cine forme parte de

nuestro imaginario colectivo nacional y genere temas comunes de discusión en el barrio, el multifamiliar o la cantina (Sánchez, 2011, p. 10)

2.6. Las Exhibidoras de Cine

En el proceso de creación de una producción cinematográfica, una parte es la producción en sí misma, la contrapartida es quién hace llegar esa producción para su consumo, el intermediario en este caso, es el exhibidor. Un empresario privado que invierte su dinero en poner una sala de cine, negocio que un tiempo se pensó que dejaría de existir, pero que ha subsistido como recinto para socializar y ofrecer un rato de esparcimiento.

En México, a finales del 2013 se presenta un duopolio que copa la exhibición de cine, se trata de Cinépolis y Cinemex. De las 5 572 pantallas que hay en todo el país, Cinépolis y Cinemex poseen el 90% con un total de 4,822 pantallas entre las dos compañías.

Cinépolis pertenece a una familia michoacana, su presidente Alejandro Ramírez, hombre de negocios, que ha sacado también adelante el Festival Internacional de Cine de Morelia, en una entrevista para la revista *Estudios Cinematográficos* mencionó sobre la problemática de la exhibición del cine mexicano:

La idea de imponernos una cuota de 30% del tiempo en pantalla para la exhibición de películas nacionales también me parece inaceptable porque restringe la libertad de elección del espectador. Además creo que es innecesaria porque está claro que los exhibidores pasamos con gusto el material nacional, siempre y cuando sea de calidad, como lo

demuestran numerosas producciones nacionales que hemos exhibido en el último año y medio (Ramírez, 1998, p.31)

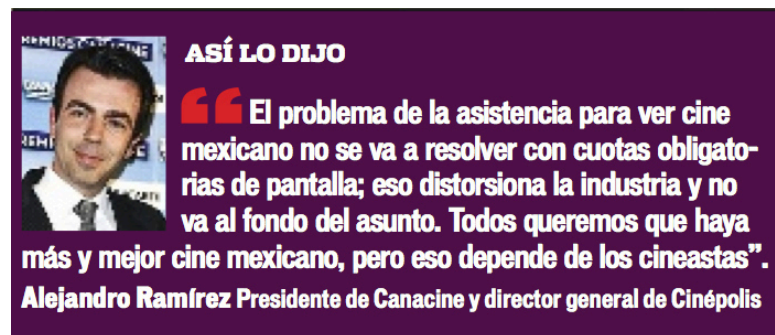


Foto 1. Extraída del periódico EL NORTE, Sección Gente del 10 de enero del 2011.

Los dueños de Cinemex son los inversionistas transnacionales: The Carlyle Group, Bain Capital y Spectrum.

En febrero del 2013 se anunció que Cinemex adquirió los 29 complejos de la cadena estadounidense Cinemark. Sin embargo, la Comisión Federal de Competencia en un principio rechazó la transacción, para noviembre del 2013 se dio el fallo a favor de la compra venta de los inmuebles al alegar que esto no afectaba a los consumidores y que no existían elementos para concluir riesgos sustanciales a la competencia del mercado, según se publicó en los principales diarios del país.

Cinépolis ya desde el 2013 tiene sus salas al formato digital. A Cinemex le ha llevado más tiempo, pero se programa que ambas compañías para el 2014 tengan el 95% de sus salas totalmente digitales.

A la creación de una copia de proyección digital, se le denomina DCP. El hacer una copia en DCP para proyectar una película tiene un costo mucho más reducido que una copia de proyección de 35mm. Antiguamente una copia

costaba alrededor de 500USD, ahora cuesta alrededor de 100USD en volumen. Al abaratar este costo parecería que es más sencillo para pequeñas distribuidoras hacer más copias. Desafortunadamente, dado la gran inversión que han tenido que hacer los cines para transformar sus salas de análogo a digital, en la actualidad estas cobran un “virtual print fee” que es un costo por exhibición en copia digital que antes no existía. En el portal CineNT.com conformado por profesionales y amantes del cine:

El impuesto Virtual Print Fee (VPF) es importado de Hollywood y se aplica a los mercados donde la influencia, incluyendo América latina. El pago tiene como finalidad que los dueños de salas de cine recuperen la inversión que hicieron para cambiar los proyectores de celuloide (35mm) a digital (con disco). La cantidad a pagar es establecida por los exhibidores de cada país y en México es de 800 dólares por pantalla de Cine.

Para distribuidores y productores de cine mexicano, independientes, será difícil pagar la cuota por pantalla digital y perderán la oportunidad de que más gente vea sus películas. En México, un productor o distribuidor invierte 1,000 dólares por copia de una película de 35mm, que puede exhibir en varios cine. Con la conversión, el distribuidor pagará 15 dólares por disco digital, pero pagará 800 dólares por cada pantalla que utilice.

2.7. Los fenómenos de las películas *Nosotros los Nobles* y *No se aceptan devoluciones*

2.7.1. Del mundo de la publicidad a “Nosotros los Nobles”

Cuenta la leyenda, que una noche, el equipo de la película de Nosotros los Nobles estaba en uno de los bares más exclusivos de la ciudad de México, vieron como un joven, para tratar de llamar la atención de los meseros, se puso una tarjeta de crédito negra sobre la frente. Esta situación fue después recreada en una de las películas mexicanas más taquilleras del año, dirigida por Gary Alazraki y producida por su hermano Mark Alazraki. Los hermanos Alazraki son hijos de uno de los publicistas más creativos y conocidos del país, Carlos Alazraki Grossman.

Según un reportaje publicado en el mes de noviembre de 2013 por la revista *Expansión*, Carlos Alazraki dice que el mejor consejo que dio a su hijo sobre la película fue pensar en el público.

La herencia publicitaria de Gary y Mark no sólo ayudó a saber qué tipo de película podría funcionar, sino a convertirla en un referente para la industria en ventas y posicionamiento.

Diversos críticos y cinéfilos han atribuido el éxito de "Nosotros los Nobles" a la estrategia que se siguió para promocionar el filme que desde antes de su estreno incursionó en campañas en Internet, a través de redes sociales como Facebook o Twitter. (CVTP, 2013, El Universal)

Desde el título de la película se presenta como un homenaje a la cinematografía nacional, al utilizar un nombre en la línea del éxito de Ismael Rodríguez

“Nosotros los pobres” y su argumento una adaptación de “El Gran Calavera” del dramaturgo español Adolfo Torrado. La versión cinematográfica fue dirigida en 1949 por Luis Buñuel.

La película de *Nosotros los Nobles* recaudó 340 millones de pesos en taquilla, estuvo 15 semanas en cartelera, 320,000 copias del DVD y Blu-ray se estiman que venda la cinta en 2013. Un golpe de suerte como el caso de la Lady PROFECO, ayudó a que la cinta tomara un segundo aire en las carteleras. El caso de Lady PROFECO, trata de cómo la hija de un ex titular de la PROFECO, Andrea Benítez González, mando cerrar un restaurant en la Colonia Roma de la Ciudad de México, porque el personal del lugar no le asignó la mesa que solicitó. El tema fue trending topic en Twitter y este evento coincidió con la presencia de la película de *Nosotros los Nobles* en pantalla, y aumentó la conexión con los espectadores.

Esta película fue distribuida por Warner, quien decidió estrenarla un fin de semana antes de Semana Santa y compartió salas con títulos como *GI Joe*, *Los Croods*, *El Mago de Oz* y *Jack el Matagigantes*. En cuanto la cinta fue teniendo más aceptación, la distribuidora, decidió ampliar el fenómeno, empezaron con 300 copias y terminaron con 650 y en los primeros lugares de taquilla.

2.7.2. ¿Quién es Derbez?

El 2 de septiembre del año de 1961 nace Eugenio Derbez hijo de Silvia Derbez, una de las grandes actrices del cine, teatro y televisión en México y Eugenio González Salas, publicista de gran renombre.

Eugenio González Derbez, mejor conocido como Eugenio Derbez, estudió la carrera de Dirección de Cine en el Instituto Mexicano de Cinematografía y cursó la carrera de Actuación en el Centro de Educación Artística de Televisa.

Eugenio según su propia página web, tiene preparación profesional y habilidades para la danza, la música y el canto. Produce, escribe, actúa y dirige. Eugenio es, sin duda, uno de los personajes más reconocidos en México y gran parte de Latinoamérica, así como de la comunidad hispana en Estados Unidos y Canadá. Gran parte de su popularidad se debe a sus programas de televisión: *Al Derecho y Al Derbez*, *Derbez en Cuando*, *XH-DRBZ*, *Vecinos*, *La Alegría del Hogar* y *La Familia P.Luche*, mismos que han alcanzado importantes récords de audiencia.

Derbez ha afirmado en diversas entrevistas que el proyecto de *No se aceptan devoluciones* le llevó más de 12 años realizarlo.

El presupuesto de *No se aceptan devoluciones* fue de 7 millones de dólares, en Estados Unidos se estrenó en 348 pantallas. Los pronósticos del radar de la taquilla estadounidense no estaban tomando en cuenta la película de Derbez, no fue sino hasta que los 10 millones de dólares en su primer semana de exhibición opacaron a producciones como *The Butler* y *One Direction This is Us*.

La recaudación final, tan sólo en Estados Unidos fue de más de 44.5 millones de dólares, lo que demuestra que el público hispano en Estados Unidos es una fuerza comercial.

En México, la película ha recaudado alrededor de \$1,137,924,590 pesos mexicanos, según el portal de *El Economista*.

El carisma del director, productor y guionista, sus tratos con ejecutivos hollywoodenses que lograron que fuera la compañía Warner la que distribuyera su película en su estreno en México con alrededor de 1,500 copias, número record de copias para una película hecha en México, fueron parte del éxito de la misma.



Foto 2. Opinión en Facebook sobre la película *No se aceptan devoluciones*, un fenómeno también en redes sociales.

Warner, de nueva cuenta, fue la compañía distribuidora de este éxito que salió con 1,500 copias su primer fin de semana, recaudando sólo en su primer día de exhibición 31 millones de pesos, según un reportaje del periódico *El Norte* (22 de septiembre de 2013).

CAPÍTULO 3

EL MÉTODO

3.1. Diseño de la investigación

El estudio que se desarrolló fue un diseño mixto, no experimental, transeccional-descriptivo, esto es, se indagó la incidencia de las variables de estudio en su ambiente natural, combinando técnicas cuantitativas y cualitativas.

El enfoque mixto es un proceso que recolecta, analiza y vincula datos cuantitativos y cualitativos en un mismo estudio o una serie de investigaciones para responder a un planteamiento del problema. Según Hernández, Fernández y Baptista (2006, p. 755), “el enfoque mixto puede utilizar los dos enfoques – cuantitativo y cualitativo- para responder distintas preguntas de investigación de un planteamiento del problema”. Cabe mencionar que el enfoque mixto implica, también, desde el planteamiento del problema mezclar la lógica deductiva y la inductiva.

Se seleccionó un enfoque mixto dadas las características del estudio. Por una parte, se buscaba recolectar datos cuantitativos sobre la exhibición de películas en los cines comerciales de Monterrey para comprobar con evidencia empírica parte de la hipótesis de estudio, realizando un análisis de contenido de las carteleras cinematográficas. Por otra parte, se necesitaba contar con testimonios de personas involucradas en el circuito productivo del cine que aportaran sus experiencias y opiniones sobre la problemática analizada

mediante entrevistas que permitieran profundizar en el tema de estudio. Los datos recabados se confrontaron con la información obtenida de la investigación documental a través de la “triangulación de métodos”.

Un enfoque mixto proporciona mayor amplitud, profundidad, diversidad, riqueza interpretativa y sentido de entendimiento del problema de estudio.

3.2. Fases de la investigación

La primera fase de la investigación fue la búsqueda de literatura sobre el tema.

Como se mencionó en la justificación, una de los criterios que llevaron a la realización de este estudio es la escasez de referencias bibliográficas que hay sobre el tema de la exhibición de cine, tanto a nivel local como regional. De ahí que de la búsqueda de literatura se obtuvieron básicamente artículos de revistas, tanto de investigación como de divulgación sobre cine, ponencias presentadas en congresos, información hemerográfica y otros archivos documentales. Se revisaron básicamente fuentes de información del año 2000 a la fecha.

Revisada la literatura se elaboró la hipótesis de trabajo con base en las variables a analizar, la cual ya se había mencionado en el capítulo 1 de esta tesis:

- Si se implementara una política cultural que ayudase no sólo a la producción, sino también a la exhibición en la cinematografía, esto haría de la industria cinematográfica una industria más sostenible.

Donde las principales variables o categorías de análisis son: política cultural, producción, exhibición e industria cinematográfica sostenible.

En la actualidad gracias a las políticas culturales implementadas a través de la industria cinematográfica en nuestro país, se ha incrementado la producción de películas, pero no por ello ha aumentado su presencia en las salas de cine comercial. Se parte de la premisa básica de que hace falta una política que permita que los espectadores se encuentren con su cine bajo condiciones de mayor competitividad comercial, de contenido y, sobre todo, de ampliación de oferta en salas cinematográficas.

Definición de variables:

Política cultural: conjunto de acciones que intentan proteger la cultura nacional, como programas y prácticas a favor y contra la cultural del colonialismo y los idiomas internacionales dominantes. También intenta estimular la industria cultural nacional.

Producción: Productos discursivos de largometraje resultado de la organización productiva de la industria cinematográfica mexicana.

Exhibición: Inserción de las películas mexicanas en el circuito de las salas de cine comercial de la producción social de la comunicación.

Industria cinematográfica sostenible: Que el número de películas que se producen al año se mantenga, que no sólo sean primeras y segundas obras, sino que los cineastas con reconocimiento del público y la crítica puedan seguir haciendo películas. Que todos los actores de la cadena de producción que contribuyen a hacer películas, sean retribuidos de la manera más equitativa posible.

El diseño para el estudio se elaboró como diseño en paralelo:

“En estos diseños se conducen simultáneamente dos estudios: uno cuantitativo y otro cualitativo, de los resultados de ambos se realizan las interpretaciones sobre el problema investigado” (Hernández, Fernández y Baptista, 2006, p. 777).

Este diseño es muy parecido al de dos etapas de aplicación independiente, cuyos resultados se complementan.

3.3. Población y muestra

Se consideraron dos poblaciones para este estudio: las películas exhibidas en los cines comerciales de Monterrey durante un periodo de tiempo que abarcó 2 años: 2012 y 2013, y personas relacionadas con el circuito productivo cinematográfico (producción-distribución-exhibición-consumo), como productores, distribuidores y exhibidores.

Las unidades de análisis para el análisis de contenido fueron las películas que aparecían en las carteleras cinematográficas publicadas en el periódico *El Norte* (el diario de mayor circulación local); del 1º de enero al 31 de diciembre de 2012 y 2013. Se seleccionaron estos años por ser los previos a la conmemoración del 20 aniversario de la entrada en vigor del TLCAN. Y también el 2013 en especial, por ser uno de los años más exitosos del cine mexicano.

El tamaño de la muestra se compuso de dos semanas por año, tanto en el 2012 como en el 2013. Tamaño confiable según Riffe, Aust y Lacy (citados por Lozano, 1994, p. 147), y el procedimiento de selección fue por intervalo para asegurar la representatividad de todos los meses del año en la muestra. Éste es un muestreo de tipo probabilístico, donde el intervalo K se obtiene al dividir el

total de la población (N), las 365 fechas del año, entre el número de fechas necesarias para la muestra (n), lo que nos da un intervalo K 26, lo que indica que deberán seleccionarse en un calendario las fechas correspondientes a cada intervalo hasta completar n 14 de cada año.

Las fechas seleccionadas resultaron: 26 de enero; 21 de febrero; 19 de marzo; 14 de abril; 10 de mayo; 5 de junio; 1 de julio; 27 de julio; 22 de agosto; 17 de septiembre; 13 de octubre; 8 de noviembre; 4 de diciembre y 30 de diciembre.

Las unidades de análisis para la entrevista fueron sujetos voluntarios (muestra no probabilística), seleccionados de manera dirigida con base en su perfil como productores, distribuidores y/o exhibidores de cine. El tamaño de la muestra fue de 10 personas, que representan las opiniones de los protagonistas de la producción, consumo y exhibición de cine en Monterrey y el país.

Investigadores, críticos de cine y funcionarios del IMCINE.

3.4. Recolección de datos

Para realizar el proceso de recolección de datos, en el proceso cuantitativo, se asistió a la hemeroteca para consultar la cartelera del periódico *El Norte* de los dos años de estudio: 2012 y 2013, la información se recolectó en las hojas de codificación diseñadas para ello, lo que luego se ordenó en las tablas que aparecen en los anexos. Estas tablas muestran el origen de las películas exhibidas y el número de salas en que se exhibieron.

Para el proceso cualitativo se realizaron entrevistas. Para ellas se contactaron a profesionales del sector cinematográfico nacional e internacional. El enlace se

hizo, en la mayoría de los casos vía correo electrónico, en otras ocasiones a través de *Facebook*, y una más telefónicamente.

Se envió el cuestionario en todas las ocasiones, y se devolvieron las respuestas también vía correo electrónico. A tres de los entrevistados se hicieron les hicieron las preguntas personalmente en sus áreas de trabajo; esas entrevistas se grabaron y se transcribieron en word. En una sola ocasión la entrevista se realizó vía *Skype*.

Finalmente se elaboró una tabla donde se sistematizaron los resultados de las entrevistas para facilitar su análisis e interpretación.

3.4.1 Técnicas de recolección de datos

Se utilizaron como técnicas de investigación para la recolección de datos, además de la documental: el análisis de contenido y la entrevista.

Según Lozano (1994), el análisis de contenido es una técnica cuantitativa de investigación útil para el estudio sistemático de los mensajes comunicacionales. El análisis de contenido, en la práctica, se ha vuelto un instrumento muy valioso para la descripción sistemática y confiable de lo recabado en todo tipo de estudios, sean positivistas o críticos. Su origen positivista no parece afectar su capacidad de denuncia, sobre todo cuando sirve para documentar los desequilibrios en los flujos de comunicación entre los países desarrollados y los subdesarrollados, tema relacionado con este estudio. El análisis de contenido, como técnica de investigación cuantitativa, se vincula con el paradigma epistemológico positivista.

Se considera que esta técnica es sistemática porque se basa en un conjunto de procedimientos que se aplican de la misma forma a todo el contenido analizable. Se considera que es confiable -u objetiva- cuando diferentes personas, aplicando por separado las mismas categorías a la misma muestra de mensajes, pueden llegar a las mismas conclusiones (Lozano, 1994, p. 142).

Por otra parte, para la recolección de los testimonios de las personas involucradas en el circuito productivo del cine, se utilizó como técnica de investigación la entrevista semi-estructurada y una guía de preguntas como instrumento, además de grabadora de audio. Cabe señalar que algunas de las entrevistas fueron realizadas vía correo electrónico, dado que los entrevistados no tenían disponibilidad para hacerlo de manera presencial.

Una entrevista semi-estructurada del mundo de la vida intenta entender asuntos del mundo cotidiano vivido desde la propia perspectiva de los sujetos (Kvale, 2011, p. 34). Como técnica de investigación es idónea para obtener de los sujetos entrevistados descripciones de los significados atribuibles a los fenómenos que se estudian. Como técnica cualitativa, busca recuperar el mundo de la vida, el significado de los temas centrales que se investigan, es descriptiva de situaciones y acciones específicas, es flexible, el conocimiento se construye en la interacción de entrevistado y entrevistador. Se relaciona con el paradigma epistemológico de la fenomenología, en particular con la hermenéutica, que busca la interpretación del significado en los textos y discursos (Kvale, 2011, p. 45).

3.4.2. Selección y elaboración de instrumentos

Como instrumento de medición para el análisis de contenido se elaboró una hoja de codificación, considerando como unidades de análisis las películas exhibidas en cada una de las fechas de la muestra y como categorías o variables de estudio: país de origen de las películas exhibidas; número de películas exhibidas por día y número de salas de cine en las que se exhibían las películas. Como sub-categorías se consideraron los siguientes países:

ALEMANIA	FRANCIA	PERÚ
ARGENTINA	GRECIA	POLONIA
AUSTRALIA	HONG KONG	PORTUGAL
AUSTRIA	HUNGRÍA	PUERTO RICO
BÉLGICA	ITALIA	QATAR
BRASIL	IRÁN	REINO UNIDO
CANADÁ	IRLANDA	REPÚBLICA CHECA
CHILE	ISRAEL	REPÚBLICA
CHINA	JAPÓN	DOMINICANA
COLOMBIA	KENIA	RUSIA
COREA DEL SUR	LÍBANO	SERBIA
COSTA RICA	LUXEMBURGO	SUECIA
CUBA	MÉXICO	SUIZA
DINAMARCA	NORUEGA	SUDÁFRICA
ECUADOR	NUEVA ZELANDA	TAILANDIA
ESPAÑA	PAÍSES BAJOS	URUGUAY
ESTADOS UNIDOS	PARAGUAY	VENEZUELA

Tabla 2. Listado de países de origen de las películas exhibidas en la ciudad de Monterrey durante los años 2012 y 2013

En el caso de la entrevista, se elaboró una guía de preguntas con base en las variables de estudio (ANEXO #2)

3.4.3. Procedimientos para la recolección de datos

Las carteleras cinematográficas para la muestra se consultaron en los archivos hemerográficos de la Biblioteca Alfonsina de la UANL y la información se vació a la hoja de codificación para su posterior análisis (ANEXO #1)

En el caso de las entrevistas, se contactó a un grupo de personas relacionadas a la industria cinematográfica. Se les solicitó una entrevista en persona, o en el caso de que estuvieran fuera de la ciudad, una entrevista vía skype o contestar un correo electrónico que contiene el cuestionario completo.

Varios de los entrevistados optaron por contestar vía electrónica; uno vía skype y un par más en persona. Normalmente en sus espacios de trabajo.

3.4.4. Análisis e interpretación de los datos

Como criterios considerados para realizar el análisis y la interpretación de los datos obtenidos se retomaron los señalados por Hernández, Fernández y Baptista (2006, p. 778) para los estudios mixtos:

- Se otorga la misma importancia a ambos tipos de datos
- La recolección y el análisis cuantitativo y cualitativo se hacen simultáneamente
- Combina las ventajas de cada proceso (puede proveer generalizaciones de datos e informar con detalle el ambiente o contexto)
- El reto de estos diseños es que las bases de datos sean comparables (Creswell citado por Hernández, et. al. 2006, p. 778).

Con base en lo anterior, se compararon los datos cuantitativos obtenidos del análisis de contenido (categorías de análisis) con los temas tratados en las

entrevistas (datos cualitativos), vinculándolos para su interpretación, los cuales, a su vez, se contrastaron con los datos obtenidos de la investigación documental (triangulación de métodos).

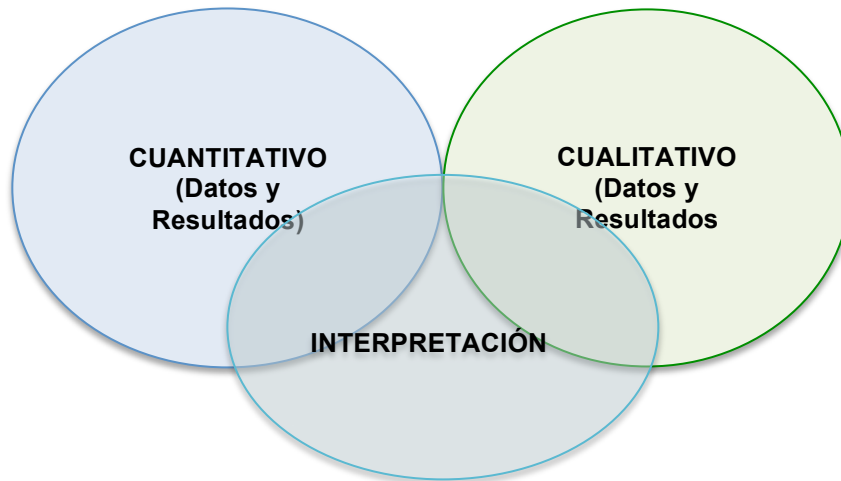


Figura 2. Intersección de los métodos de estudio para su interpretación

Para facilitar el proceso de análisis, se elaboró una tabla con los resultados de las entrevistas, sistematizando las respuestas más significativas de los entrevistados con la pregunta correspondiente (ANEXO 7). Las transcripciones completas de las entrevistas se documentan como anexo a la tesis (ANEXO 3).

CAPÍTULO 4

ANÁLISIS DE RESULTADOS

4.1. Presentación de Resultados

En este apartado se muestran los resultados del estudio. El primer instrumento con que se recabó información fue el análisis cuantitativo y el análisis del contenido de las carteleras cinematográficas publicadas en el periódico *El Norte*. Se elaboró hoja de codificación por cada año analizado, donde aparecen las 14 semanas de muestra. En el Anexo 1 aparecen las tablas con el condensado de la información que se recopiló de la fuente de información. Se seleccionaron los años 2012 y 2013 porque se consideran significativos, por ser los anteriores a la conmemoración del 20 aniversario de la entrada en vigor del TLCAN, ya que se hace referencia de años anteriores en la revisión de la literatura.

Sobre las tablas del Anexo 1, podemos ver que contrario a la primer impresión de que todas las películas son Hollywoodenses, si hay un porcentaje de cine de otros países. El espacio que ocupa en promedio el cine de Estados Unidos es del 60% y el cine mexicano tiene una presencia en cartelera del 7%, el resto del porcentaje se divide sobre todo en países europeos o coproducciones diversas. El cine mexicano en su mejor momento, que fue en el noviembre del 2013, tuvo una presencia del 22% de la cartelera con la cinta *No se Aceptan Devoluciones*

Las Tablas 3 y 4 que vienen en el Anexo 4 muestran el número de películas que se exhibieron en los cines comerciales durante los dos últimos años, por su país de origen. De estas gráficas podemos decir que meses como febrero, septiembre y octubre es donde el cine no hollywoodense tiene más espacio para estrenarse. En verano se disminuye el número de películas que se ofertan, ya que los blockbusters veraniegos se estrenan en una gran cantidad de salas simultáneamente. Después de México y Estados Unidos, los países con más presencia en las carteleras regiomontanas, son los países Europeos, en específico Inglaterra, Francia y España. La desventaja entre el número de salas para una película estadounidense y el número de salas para una película es rotunda, según estas tablas.

Las Tablas 5 y 6 en el Anexo 5 despliegan la lista de los nombres de las películas estrenadas en Monterrey por año. Hubo una coincidencia de 45 títulos en cada año de las dos estudiados (2012 y 2013).

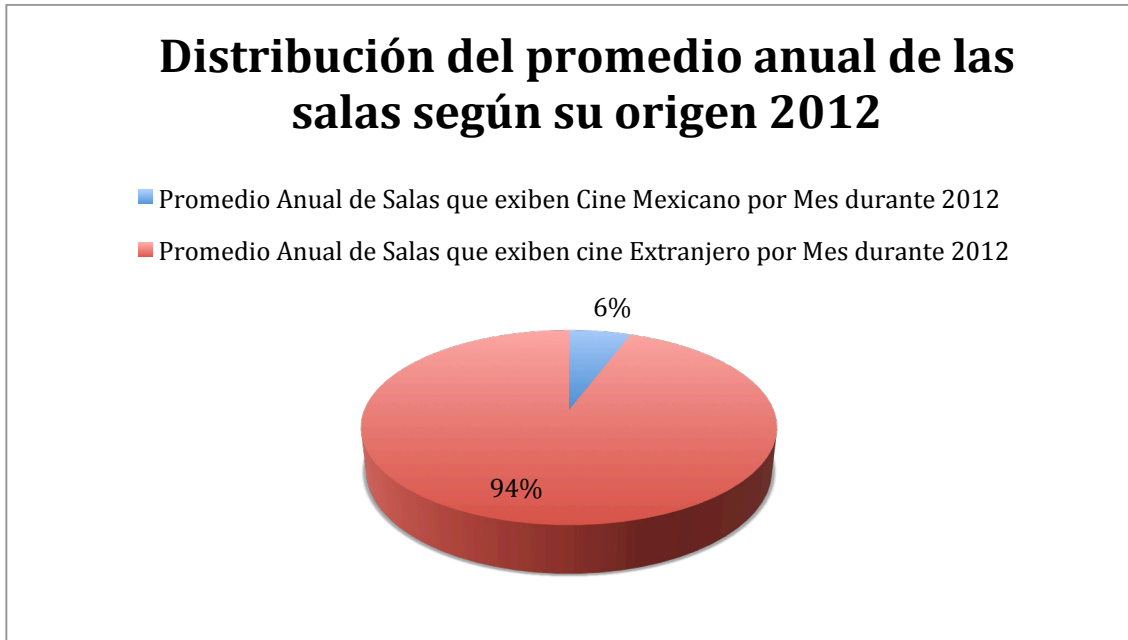
La película laureada en Cannes *Heli*, estuvo en la ciudad de Monterrey con sólo 3 copias.

El IMCINE aún no arroja el número de películas realizadas durante el 2013, pero de las 112 películas mexicanas hechas durante el 2012, las 45 que llegaron a la ciudad de Monterrey representan un 40% de la producción anual.

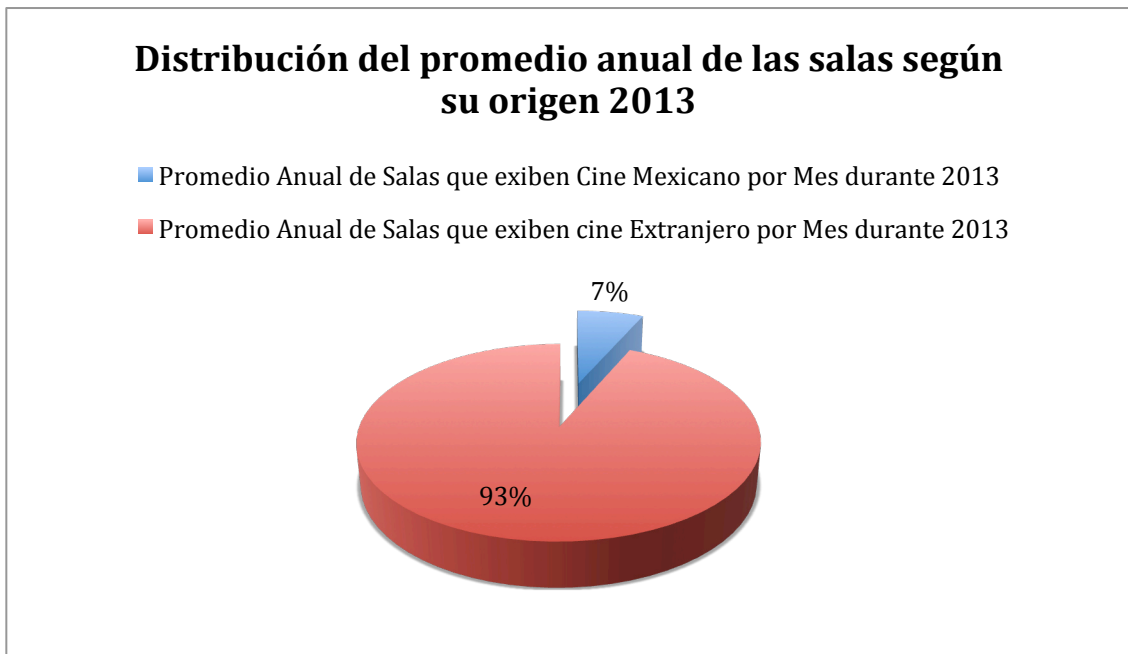
La mejora para el cine mexicano en 2013, no tuvo tanto que ver con el porcentaje de películas estrenadas en nuestra ciudad, sino más bien con la taquilla que hicieron en todo el país.

Las Tablas 7 y 8 en el Anexo 6 muestran un comparativo con el número de salas de un número total de títulos por mes, contra el número de películas

mexicanas exhibidas cada mes. Aquí se aprecia la clara desventaja en número de salas de los estrenos mexicanos. De esas tablas podemos extraer las siguientes gráficas.:



Gráfica 4. Distribución del promedio anual de las salas según su origen 2012



Gráfica 5. Distribución del promedio anual de las salas según su origen 2013

En una segunda etapa se realizó como técnica cualitativa la entrevista para profundizar en las variables de estudio; fueron las entrevistas realizadas a los expertos en producción, distribución y exhibición de cine. Se realizaron 11 entrevistas a las siguientes personalidades.

1. Arturo Pérez, cofundador de la compañía de distribución VENDO CINE.
2. David Lozano, investigador de cine por parte de la UANL.
3. Eduardo Lucatero, director de cine mexicano, radicado en Canadá.
4. Gilberto Pérez, gerente de la sala de cine CINEMAGIC MOLINETE.
5. José Luis Solís, catedrático, cineasta local y escritor.
6. Juan Manuel González, director del FICMonterrey, catedrático y cineasta.
7. Lucía Carreras, directora de cine, empapada del tema de la exhibición.
8. Maximiliano Torres, crítico de cine.
9. Miguel Mendoza, director del Cine Morelos. Encargado de la Film Comission de Morelos.
10. Regina Montemayor, productora en línea regiomontana que ha trabajado en películas de Hollywood y películas nacionales.
11. Víctor Ugalde, expresidente de la Sociedad Mexicana de Directores, incansable promotor de reformas que apoyen al cine mexicano.

En la Tabla 8 del Anexo 7 se presenta una sistematización de las respuestas de los entrevistados, las cuales se analizan e interpretan con relación a la hipótesis planteada, algunos de los datos expuestos en la fundamentación y las preguntas de investigación.

Sobre la respuesta a la pregunta 1 *¿Cómo impactan las políticas culturales a la exhibición del cine mexicano?*

Los incentivos son buenos, pero no son suficientes o están mal direccionados. El productor hace una parte, el público la otra. Pero sí hay una necesidad de que existan apoyos a la exhibición más claros y constantes.

Sobre la pregunta 2 *¿En qué medida la industria del cine (productores, directores, guionistas) se afecta o beneficia de estas políticas?*

Los apoyos son importantes pero no son suficientes. Hay una falta de visión de qué tipo de industria quiere tener en el cine el gobierno mexicano. Que los nuevos cineastas y los viejos accedan a los mismos fondos también es injusto.

Sobre la pregunta 3 *¿Qué papel desempeñan las leyes o reglamentos?*

Desempeñan una labor importantísima, deberían de regular la piratería, crear público, corregir los “errores” del mercado. Su labor es importante, pero insuficiente y con falta de visión y de rumbo.

Sobre la pregunta 4 *¿Qué opina de los estímulos a la exhibición?*

En el 2012 se creó el EPROCINE, muy bueno para quien se vio beneficiado, y hace falta ese tipo de apoyos, pero en 2013 no se repitió, por lo cual parece indicar que fue una situación extraordinaria. En 1998 existió un apoyo, según Víctor Ugalde, que devolvía el IVA de 5 años atrás y se permitía que se reinvirtiera en la creación de más salas, esto dio lugar al boom de los multiplex, pero para el año 2003 este apoyo ya no se dio. El resto de los entrevistados coinciden en que no existen apoyos a la exhibición y los que hay no son claros, benefician a los que tienen historial de exhibidores, que son pocos en nuestra ciudad. Y no permite que accedan a ellos personas sin experiencia. Como todos los apoyos, son insuficientes.

Sobre la pregunta 5 *Las políticas culturales actuales en materia de cinematografía, ¿promueven el tipo de cine que el público de las salas de cine comercial quiere ver?*

El consenso es que NO, no se apoya el cine que el público quiere ver. Pero es también es cierto que varios expertos coinciden en que IMCINE apoya a todo tipo de proyectos a través de sus diferentes sistemas de apoyo, el cine comercial y el no comercial. También tiene que ver con la formación del público y que pareciera que el público quiere ver más de lo mismo, más producto “hollywoodesco” y más estilo telenovela de Televisa. Que se haga más cine de este tipo, todos coinciden, que no es la solución.

Sobre la pregunta 6 *Evaluando la desigualdad entre las películas mexicanas y norteamericanas, con respecto al tipo de estrenos que tienen en las salas de cine comercial, ¿deberían de seguir compitiendo en un libre mercado o buscar la protección del estado para mayor exhibición?*

Cuatro de los entrevistados coinciden con la protección, es necesaria la protección, por que el cine no es industria (según algunos), es cultura, y es por ello que necesita la protección del estado. Dos entrevistados optan por decir que ambas cosas, que deben competir en un libre mercado, pero con mejor preparación. Y hay otros dos entrevistados que opinan, que desde la concepción de proyectos se debe de hacer algo. Que no podemos proteger obras, que desde su concepción tienen una visión “no comercial”.

Hay que buscar un equilibrio, es la voz que domina en esta respuesta. Sí bien es verdad que con lo que cuesta una película de Hollywood se sustenta toda la industria nacional. Pero tampoco se puede pretender que el gobierno obligue a

que se exhiba cine que la gente no quiere ver. José Luis Solís comentaba *Juguemos a una situación hipotética. Si ganas Cannes, se ejerce presión para que las exhibidoras programen esa película ganadora más tiempo. ¿Y eso de qué sirve? Si la gente que puede entender ese cine es mínima. O la gente que no lo entiende, la va a ir a ver y va a salir: ¡qué espanto!, ¡no quiero volver a ver cine mexicano en mi vida!* y tampoco es eso lo que se busca. Lo que se busca es tener un equilibrio, y en eso coincide la mayoría de los entrevistados. El gerente del cine lo dijo claro, hay público para todo, sólo hay que saber en dónde programarlo y sí se necesita mano del Estado, sobre todo en el tema de la formación de públicos. El *dumping* del que habla Víctor Ugalde, que es un término inglés que se utiliza para hacer referencia a la práctica monopólica de discriminación de precios. Nos lleva a pensar en que cuánto cuesta una película mexicana, cuánto invierte en publicidad y cuánto cuesta una película de Hollywood y cuánto invierte en publicidad, estamos en una situación muy dispareja y debería regularse de alguna forma. Corregir lo que el mismo Ugalde mencionaba como “errores del mercado”. Aquí es donde deberían entrar las políticas culturales. Pero tiene tanto poder la MPAA que nos lleva una de las historias más penosas de una política cultural (y no es política cultural, es una política administrativa) la del “Peso en Taquilla”, mencionado por José Luis Solís en la entrevista. Aquella situación que Vicente Fox quiso poner un impuesto de un peso, por cada boleto para entrar al cine. Las Mayors estadounidenses, representadas por la MPAA, derrocaron ese proyecto de ley. Ahí, según José Luis, es donde él se entera que la MPAA no está en

Hollywood, está en Washington. Y hay países que se han sabido defender contra esto. Francia e India han sabido defender sus cinematografías.

En la pregunta 7 *Se estipula en la Ley de Cinematografía, que las exhibidoras tienen que cubrir un 10% de pantallas para el cine mexicano. ¿Cree que si realmente se aplicará esta cuota iría más público a ver películas mexicanas?*

Cuatro contestaron que sí, uno no contestó y seis dijeron que no. Es decir, la opinión está dividida. Es cierto que no parece la solución más clara. Pero si se ofertara más cine mexicano, sobre todo en mejores horarios, podría atraer más público.

En la pregunta 8 *¿Qué es lo que hace que un espectador vaya al cine a ver una película mexicana?*

Coinciden varios entrevistados, que son las caras reconocidas (*starsystem*), el marketing y notas de prensa (críticos) lo que hace que la gente vaya a ver cine mexicano. Sobre todo el boca a boca. Sin embargo hay que hacer el acotamiento, mencionado por Víctor Ugalde, que las salas de cine sólo cubren el 28% de la población en México. Hay un 72% que no tienen acceso a una sala de cine y que mucho de esta laguna la resuelve la piratería. *La gente no tiene tanto dinero como se pueda creer. El cine en México es muy caro. En México tienes que trabajar de 8 a 15 horas para adquirir un boleto para ir al cine y para ir con toda tu familia tienes que trabajar una semana. En Estados Unidos con una hora de trabajo pagas tu boleto, y con un día de trabajo, el de tu familia. De nuevo la desigualdad del sistema neoliberal.*

De la pregunta 9, *¿Ese mismo factor propicia la recomendación?*

Este comentario de David Lozano lo resume muy bien:

“Tomás de Aquino, en “Suma Contra los Gentiles” establece que el ser humano es bueno por naturaleza y que desea compartir el bien con los demás. Por lo tanto, según este filósofo, pudiéramos decir que cuando una película nos provoca las emociones que buscábamos como espectador, queremos que los demás sientan lo mismo, siendo así lo que genera la recomendación”

El boca a boca es fundamental, según todos los entrevistados.

De la pregunta 10 *¿Qué impresión tiene usted del público mexicano? ¿Qué va a ver al cine? ¿Qué le gusta?*

Coinciden en que el público quiere ver el género. Así como lo demuestran las películas más taquilleras año con año, es la aventura, la ciencia ficción, el terror y la comedia los géneros preferidos. También les gusta ver caras reconocidas y el nombre del director tiene cierto peso. Cabe mencionar que hay diversos tipos de públicos y que efectivamente hay un público cautivo. El que abarrota la Cineteca Nacional, al que le gusta ir a las propuestas de los festivales de cine. Dice el director de cine Eduardo Lucatero:

“El público mexicano se comporta exactamente igual que el público alemán, italiano o canadiense; hay un grupo de gente dispuesta a atacar las producciones locales, sean como sean, la mayoría ve por default el cine de Hollywood, pero están dispuestos a ver algo diferente si han escuchado los suficientes buenos comentarios. Creo que ha aumentado enormemente el público que está dispuesto a ver cine mexicano”.

En la pregunta 11 *¿Hay alguna medida que pueda tomar el Estado Mexicano para ayudar a cambiar ese público?*

La respuesta se divide en dos vertientes, la que dicen que no tienen que cambiarlo y las que dicen que hay que educarlo. Víctor Ugalde dice, hay que ampliarlo y llegar a un mayor porcentaje de la población, pero también coincide en la educación. Sin embargo el mismo Víctor dice: *el sistema nacional de educación ha sido un desastre promovido desde las clases altas, para que no tengamos ciudadanos exigentes, entonces tenemos que empezar a rehacer el sistema educativo, para tener ciudadanos exigentes, ¿cuándo se va a lograr hacer eso? Quién sabe, ahorita hay un proyecto de privatizar la educación, pero esa no es solución tampoco.*

En la pregunta 12 *¿Cree usted que las actuales políticas culturales están diseñadas para apoyar la exhibición de películas mexicanas?*

La respuesta en grupo es un rotundo NO, no hay apoyos a la exhibición, los apoyos son sobre todo a la producción. Y hace falta que exista apoyo a la exhibición.

De la pregunta 13 *¿Qué impresión tiene de los cineastas mexicanos?*

La mayoría de los entrevistados coinciden en que los directores mexicanos son unos apasionados, que se hace de forma artística y casi artesanal el cine, se menciona también que es un cine de operas primas. Y también hay quien menciona que es un cine tan personal que no busca conectarse con el público. Aunque si bien es cierto, menciona David Lozano, la opinión es encontrada, están los que si quieren formar industria y los que sólo buscan la expresión artística.

De la pregunta 14 *¿En qué sistema está basado el cine mexicano actual? (Directores, Actores, Guionistas, etc.)*

Coinciden varios entrevistados que es un sistema de directores, es la pasión de los directores el motor de la industria. Los productores quedan en segundo término. A veces es el director el que busca el apoyo, y ya que lo tiene, busca el productor que haga las veces de productor en línea en la película. Es verdad que al ser la mayoría de las películas “levantadas” con dinero del Estado, no buscan tener una recuperación de la inversión. Y eso produce que algunos tachen como desinterés de los cineastas en buscar público.

De la pregunta 15 *El papel de las compañías de distribución mexicanas, ¿le parece acertado? ¿Hay camino por andar en este respecto?*

Hay mucho camino por andar a nivel distribución. El mercado lo copan las distribuidoras de las *mayors*, las de la MPAA. Entonces, el poco margen que dejan al resto más el duopolio en la exhibición, no lo ponen fácil para que puedan hacer un mejor trabajo. También influye lo que marca el TLCAN y su política neoliberal de la ley de la oferta y la demanda. Los productos de Hollywood se hacen con más dinero y tienen un mejor “empaque”.

De la pregunta 16 *¿Pesa más la calidad que la cantidad de una película, hablando del número de copias con el que se estrena el título?*

Cinco entrevistados dijeron que la calidad y cuatro que la cantidad. Uno dice que depende. Muy dividida la opinión. Desafortunadamente en México no se hacen muchos estudios sobre la rentabilidad de cada copia. Es decir, hay título que se estrenan con pocas copias y va mucha gente a ver esas pocas copias. Y en otras ocasiones, se estrenan con decenas y decenas de copias, pero la rentabilidad por cantidad de copia es baja. Sin embargo, los estudios que arrojarán que tan rentables son las copias con las que se estrenan las películas

mexicanas sólo los realizan algunas compañías de distribución, no todas. Con lo cual es difícil tener un panorama completo sobre la rentabilidad de las copias. De la pregunta 17 *¿Qué papel cree usted que deben de jugar las televisoras en la industria cinematográfica nacional?*

Es muy importante el papel de la televisión, están como ejemplo cosas que hacen otros países como Francia y España. El que el cine programe cine mexicano, produzca cine mexicano, promocione cine mexicano, devendría en mayores ganancias para ellos. Si a los exhibidores por ser negocios de una familia o un consorcio no se les puede obligar a exhibir cine mexicano, a las televisoras, al ser concesiones de gobierno, sí se les podría obligar.

De la pregunta 18 *Las escuelas de cine, ¿Qué tipo de cineastas forman? ¿qué enfoque tienen en cuanto al tipo de cine que producen?*

El consenso es que efectivamente están más inclinados a cuestiones artísticas. En esta pregunta varios de los entrevistados no contestaron, no se sintieron cómodos al contestar esta pregunta.

De la pregunta 19 *¿Al público le importa lo que producen las escuelas? ¿A las escuelas les importa lo que quiere ver público?*

Aún y cuando el espectador muy seguramente no sepa de qué escuela egresa tal o cual director, al director, si debería importarle interesa al público. Pero es esto tan variado que no hay una tendencia clara. Lo que sí es claro es que el espectador no se interesa de qué escuela egresa un director.

De la pregunta 20 *¿Qué cambios propondría (y en dónde) para que más mexicanos vieran cine mexicano?*

Aquí es donde se empiezan a arrojar diagnósticos. Más pantallas dice uno. Mayor publicidad dice otro. Lanzamientos bien pensados de las películas por parte de los distribuidores dicen varios. Apoyo por parte del Estado para impulsar la cultura del cine. Auto distribución, dice el que se dedica a llevar una sala de cine estatal. Y la visión más utópica, que es la de Víctor Ugalde, también tiene que ver con más pantallas, pero apoyadas por el Estado a manera de franquicias, a manera de que se estrenaran muchas más películas cada semana, cuatro cada mes, en mejores condiciones y con precios más accesibles para las personas de clase socioeconómica baja.

Los comentarios adicionales son que el cine mexicano vive un gran momento y otro que se deje de buscar la exhibición de cine mexicano en las salas de cine comercial (Cinemex-Cinépolis) y que se busquen nuevas alternativas de exhibición.

4.2 Análisis de Resultados

Hay un claro dominio del cine norteamericano, con más del 50% de la cartelera todos los meses durante dos años. Lo cuál confirma la opinión expresada por los entrevistados, se sabe que hay un dominio, la cuestión es el qué hacer para encontrar un lugar para el cine mexicano se encuentre con su público.

Los esfuerzos realizados por la Cineteca Nuevo León, por el Festival de Cine Latinoamericano, Ambulante y por el Festival Internacional de Cine de Monterrey, son los que logran que se exhiban en la ciudad películas que difícilmente llegarían a los cines comerciales.

Películas premiadas en todos lados como *Tabú*, *Holly Motors* y *7 cajas* llegan a Monterrey gracias a estas instancias.

También hay un esfuerzo por parte de la embajada francesa al ofertar, una vez al año, el “Tour de Cine Francés” y el instituto Goethe, ofrece la “Semana de Cine Alemán” con los títulos más recientes y laureados de cada uno de esos países. El “Tour de Cine Francés” se lleva a cabo en algunos Cinépolis de nuestra ciudad.

De los 50 países enlistados en la Tabla No. 2, cabe señalar que películas de naciones como Grecia, Luxemburgo e Irán se exhiben en la Cineteca, no llegan a los cines comerciales.

Este análisis también muestra el que un cine localizado en los límites de los municipios de Guadalupe y Juárez en Nuevo León, llamado “Cinemagic Molinete” toma el riesgo y aunque sí programa mucho cine de Hollywood, de vez en cuando programa películas mexicanas que nadie más estrena, o trae cintas de género, noruegas o tailandesas. Es una ventana fuera del duopolio Cinemex, Cinépolis que oferta otro tipo de cine. Se trata de una cadena de 11 cines en todo el país, cuya sede principal está en Ciudad de México.

En los años de estudio, 2012 y 2013, las películas estadounidenses tuvieron más del 53% de las pantallas de cine, llegando hasta un 80% en el verano de 2013. El Cine Mexicano osciló entre el 0 y el 23%, siendo el mes de noviembre de 2013, el de mayor porcentaje para el cine mexicano en los dos años de estudio.

En el año 2010, por apoyos que otorgó el Estado con motivo de la celebración del Bicentenario de la Independencia y Centenario de la Revolución, se

estrenaron también una cifra record de películas mexicanas, siendo septiembre de 2010 uno de los mejores meses para estrenos en cine mexicano: sólo en Monterrey se estrenaron 10 películas nacionales.

Aparte del cine mexicano y norteamericano, es el cine europeo representado por Reino Unido, Francia, España y Alemania, los que más presencia han tenido en las carteleras regiomontanas en los últimos dos años.

Del cine de Reino Unido, conviene hacer la observación de que hay películas de “Hollywood” que son co-producidas con ese país. Además de que en Planetario Alfa, el documental *Monstruos Voladores*, cuya nacionalidad es inglesa, estuvo presente en la cartelera a lo largo de todo el año 2012.

Febrero es un mes bastante atípico, donde hay más oferta cinematográfica que en todo el año, es un mes “fuerte”, hay títulos para todos los gustos y no con un número abultado en salas, sino más bien repartido.

Julio es el mes donde hay menos títulos disponibles, de un promedio de 23 películas por mes, en julio sólo se estrenaron 15, esto se debe a que hay grandes “blockbusters” veraniegos y se estrenan con muchas copias, hay un mismo título en más de 70 cines al mismo tiempo.

Las películas mexicanas en 2013 se han venido buscando su espacio, en enero de 2012 no había más que una sola co-producción México-Francia-Alemania-España, *El Baile de San Juan*, y para el mes de enero de 2013 ya había cinco producciones mexicanas y una coproducción. Sólo que las películas que se estrenaron mexicanas, se encontraban en pocas salas, por ejemplo en marzo de 2013 sólo estaba en cartelera *Me late chocolate*, exhibiéndose en un solo

cine. En abril de 2013, *Nosotros los Nobles* estuvo exhibiéndose hasta en 40 salas de cine.

Pero el número de salas en que se encuentran disponibles, tampoco es sinónimo de que tendrá más audiencia, *El Cartel de los Sapos* se exhibió en enero de 2013 con 39 copias. Fue un suceso en la taquilla de Colombia, pero en México y, específicamente en Monterrey, no fue un gran éxito, incluso no logró continuar seguir exhibiéndose hasta el mes de febrero.

De la tabla 9 que se encuentra en el Anexo 7, podemos rescatar de las opiniones de los entrevistados, que efectivamente las veces que se han implementado medidas y apoyos al cine, se ha visto una mejora tanto en la cantidad de películas producidas, en su calidad y público que las va a ver. Los vericuetos para llegar a los apoyos son complicados, pero las personas que han presentado proyectos a ser apoyados, coinciden en que la legislación o bases son poco claras y juegan siempre a favor de los que tienen más capital.

Las políticas culturales actuales benefician a productores y directores, pero no benefician a crear efectivamente una industria. No apoya a fotógrafos o guionistas, ni a los actores. Sin embargo una film es un trabajo en conjunto donde todo el talento de diversas áreas es necesario.

Las escuelas de cine están formando “artistas” más no directores enfocados en crear público o en dar gusto al tipo de cine que el gran público está acostumbrado a consumir.

Se reclama también casi unánime, el importantísimo papel que el papel que juega la televisión en materia de cine y que sigue sin ser regulado. La pelea de la reforma de las telecomunicaciones, no profundiza en el poder hacer alianzas

con este gremio para potenciar tanto público, contenido y el encuentro de un bien cultural como el cine con personas que no tienen los medios económicos para ir a ver películas a una sala de cine comercial. Y no sólo los medios económicos, a veces también está la barrera geográfica, ciudades pequeñas en el país que su único medio para poder ver películas es mediante la piratería. La opinión de los expertos, está en armonía con los datos duros obtenidos del estudio cuantitativo. Sin embargo, abre más preguntas que las respuestas de la presente investigación.

4.3. Interpretación de los resultados

Tanto las tablas del análisis del contenido de las carteleras, como las entrevistas arrojan que el cine mexicano vive un buen momento, pero ni se estrena todo el cine que se produce y, el que se estrena, no lo hace en condiciones óptimas.

Al preguntar directamente que si las políticas culturales impactan a la exhibición, la mayoría de los entrevistados coinciden en que al no haber legislación al respecto se le impacta negativamente. Que las leyes son importantísimas a este respecto, que los estímulos actuales son escasos y poco claros en sus objetivos y que se necesita urgentemente legislar y dejar claras las políticas culturales actuales. Es mediante la primer parte del cuestionario que se refuerza nuestro argumento, al hilar las respuestas de cómo hay pocas medidas que ayuden a la exhibición de cine mexicano y qué se necesita realmente de las políticas culturales para marcar un cambio a este respecto.

Una de las políticas que los cineastas más piden que se respete, y que pareciera ser la única que concierne directamente a la exhibición, una batalla ganada en la reforma de propuesta de Ley por parte del gremio cinematográfico en 1998, tiene que ver con la cuota de pantalla. Sin embargo, la opinión tanto de cineastas, investigadores y críticos, parece mostrar que esa no es la solución al problema que se aborda.

Las políticas culturales coinciden, sí es una solución, pero tiene que ver más con la educación de la población en general, la creación de más salas de cine que creen una competencia real en el mercado de la exhibición. Menciona Víctor Ugalde en su entrevista el caso brasileño, el comportamiento del cine brasileño ha sido muy parecido al mexicano, mismo número de películas producidas, tienen per cápita un número parecido al mexicano en asistentes a las salas de cine, sin embargo el cine brasileño se ve más, ya que el mercado de la exhibición está muy dividido en muchos exhibidores. A los exhibidores pequeños, que no tienen el pulso para tener los más nuevos estrenos de Hollywood les va muy bien con el cine brasileño y protegen su cine, les dan buenas fechas, buenos horarios y eso atrae al público.

Las políticas implementadas actualmente, efectivamente están más encaminadas a la producción más que a la exhibición. Los esfuerzos en materia de exhibición como en el 2012 el EPROCINE han sido pocos, vagos y pareciera que mal encaminados, ya que en el caso específico del EPROCINE se otorga dinero para la promoción de la película y que se realicen más copias, sin embargo no logra que sean estas películas más atractivas a los exhibidores para que las programen en sus cine.

Las leyes no tienen que ser más estrictas, simplemente más claras y enfocadas a qué es lo que se quiere lograr a largo plazo.

Efectivamente, el crear apoyos especiales no sólo a que se exhiba más cine mexicano, sino que existan más exhibidoras, es una de las respuestas que parecen más claras a la problemática. Crear nuevas formas de exhibición y también bajo el modelo tradicional, pero con condiciones de competencia diferentes. Cubrir al espectro de la población que no tiene acceso a las salas de cine comercial en la actualidad, es otro aspecto importante dentro de una política cultural incluyente y democrática de disfrute de nuestros bienes culturales.

CAPÍTULO 5

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Retomamos en estas conclusiones la problemática presentada en un inicio. El cine mexicano, prolífico en 2012 y 2013 como no lo había sido desde hace más de 50 años, se enfrenta hoy con la situación de que no se logra estrenar todo lo que produce, y lo que se estrena no es en las condiciones ideales para lograr tener un buen número de audiencia.

El objetivo de esta tesis fue analizar el efecto de las políticas culturales en la exhibición de películas mexicanas de las salas de cine comercial de la ciudad de Monterrey, aún y cuando triunfan en el extranjero y obtienen premios de prestigio a nivel mundial, no logran estrenarse en salas de cine comercial, o conseguir una permanencia en la cartelera y en el gusto del espectador.

Como hipótesis planteamos que si se implementara una política cultural que ayudase no sólo a la producción, sino también a la exhibición en la cinematografía, esto haría de la industria cinematográfica una industria más sostenible.

La exhibición es parte integral del proceso de la producción de una película. La obra no está completa hasta que llega a la audiencia para la que fue diseñada. Es cierto que muchas de las películas de los cineastas actuales del cine mexicano están más pensadas para un público “de festivales” y no se conecta con la gran audiencia que es la que acude a las salas de cine comercial, sin embargo, esto no elimina el gran obstáculo que enfrentan los cineastas que sí

quieren a las grandes audiencias y se topan con un mercado de exhibidores controlados por las distribuidoras, amparados en una legislación inequitativa e injusta.

Los apoyos actuales de que goza el cine mexicano, están enfocados a la producción y son escasos en la exhibición. Los cineastas actuales que reciben estos apoyos (estímulos) tienen que buscar completar lo que necesitan de recursos financieros entre los inversionistas privados que quieran apostarle al cine.

El fallo que dio recientemente la Comisión Federal de Mejora Regulatoria, de que Cinemex pueda comprar las salas de cine de Cinemark, deja el mercado de la exhibición de cine con un duopolio que tienen todas las de ganar, ya que en la repartición de cada peso que entra a taquilla son los que se quedan con la mayor parte.

Estos empresarios de las salas de cine, como el caso del duopolio, al final son inversionistas, que no están en este negocio por cuestiones artísticas, sino por ganar dinero. El que las películas mexicanas puedan cerrar su ciclo de vida llegando a su público, sólo se puede dar en el caso de que tengan una vocación netamente comercial para estrenarse en este tipo de salas. Caso contrario están destinadas a seguir su camino itinerante en salas de arte y festivales de cine.

Las televisoras juegan un papel importante, ya que al igual que los partidos políticos que tienen tiempo aire para promocionar sus ideas, las expresiones artísticas, todas, y entre ellas el cine, deberían de tener un espacio de promoción dentro de las cadenas de televisión al ser concesiones del Estado

mexicano, deberían de cumplir con esta labor. Además, si las televisoras invirtieran en cine mexicano, tendrían un horario estelar y más gente podría verlo.

El caso francés por ejemplo, en el “prime time” u horario estelar de televisión, no se puede programar una película extranjera, para dejar espacio al cine nacional.

Este tipo de medidas, es lo que se puede lograr a través de las políticas culturales y que ayudarían a que encontraran exhibiciones las más de cien películas que se hacen en México al año.

Mediante el trabajo de campo, es decir, a través del análisis de contenido y las entrevistas a los especialistas, se pudo cumplir el objetivo de la investigación y comprobar la hipótesis que sirve como guía de este estudio. Los resultados arrojados permiten observar que actualmente la industria cinematográfica nacional no es sostenible. Se produce cine, pero no es redituable para los productores. Las políticas culturales según los entrevistados, son vitales para ayudar a sanear la industria, sin embargo tiene que existir la voluntad política para hacerlo.

La exhibición del cine nacional necesita de la mano administrativa del Estado mexicano, para que a través de medidas de diversa índole, no sólo por la cuota de pantalla, sino en la creación de una competencia más nutrida. La participación de las televisoras, la educación de la audiencia en apreciación del cine a nivel artístico y no sólo como entretenimiento, son algunas de las medidas que se proponen en esta investigación.

La desventaja con Hollywood es clara, los millones de dólares de inversión en publicidad en este tipo de películas, el poder de la MPAA la legislación nacional, demuestran algunas de las desventajas que se tienen. Y a eso hay que sumar la labor de los distribuidores no es la ideal. Sin embargo la cuota de pantalla, hay meses del año que sí que se cumple.

El fenómeno de las películas de *Nosotros los Nobles* y *No se Aceptan Devoluciones* demuestran que, con una buena estrategia publicitaria y voluntades en colaboración, aunado al tratamiento de temáticas cercanas al espectador y a su vida cotidiana y familiar, las películas mexicanas pueden llegar a los grandes públicos. Películas hechas de buena calidad, considerando el *starsystem*, contar con actores y actrices conocidos por el gran público, ayudan mucho al momento de tratar de exhibir la película.

Estas dos películas han ganado terreno para el cine mexicano que vendrá después de ellas. Prueba de eso es el que a finales del año 2013 haya más cine mexicano, que en el año inmediatamente anterior. Hoy estamos viendo más películas mexicanas en exhibición. Pero ojo, hay que ser muy cautelosos al voltear a ver estas dos películas como ejemplos. La primera con un engranaje publicitario mercadotécnico, muy bien aceitado, por una de las agencias de publicidad más prestigiosas y exitosas del país, cuyo director general es padre del director y productor de la película. Y la otra, cuyo poderío televisivo viene dado por su director, productor, guionista, personaje queridísimo y entrañable, que hizo un excelente trato con una distribuidora norteamericana, que le organizó un estreno “como si fuera de película hollywoodense”. No es ésta una

combinación habitual en la cinematografía nacional. Por ello hay que tomar ambas películas con justa medida de los intereses que representa cada una. También ayudaría a que se exhibieran más películas mexicanas, si se produjera más cine de género. Que existieran las condiciones para que inversores mexicanos pudieran tener retorno de inversión al producir una película de gran presupuesto ya sea de acción o fantasía.

El caso de las películas de *Huevos*, o *Don Gato y su Pandilla*, también muestran que la animación es un género muy querido por el público y que ha tenido una estupenda aceptación.

No dejar de lado que si bien pareciera que el cine mexicano está cimentado sobre los directores, una buena historia también logra conseguir los apoyos necesarios para su producción, a final de cuentas, es sobre el guión que se levantan los proyectos cinematográficos. El dar su lugar a los guionistas. Nutrir una escuela dedicada al guionismo para que se hagan historias que lleguen a todo tipo de público.

Hay mucho por hacer sobre la desventaja que jugamos al estrenar en los mismos cines, en los mismos horarios, con el mismo público, que va al multiplex de preferencia. Pero una de las respuestas que pareciera muy sintomática de este análisis, viene del Gerente del Cinemagic Molinete, hay público para todo tipo de cine, sólo hay que saber en dónde programarlos.

Sobre las soluciones para esta problemática, sí, efectivamente, necesitamos un cambio a la legislación actual, pero tal y como está la situación del país, ¿quién o quiénes lograrían que se hicieran estos cambios en las políticas culturales?, lo

ideal sería que desde raíz se pudiera incluir en el Tratado de Libre Comercio la excepción cultural al cine y, en general, a las industrias culturales, para tratar de revertir la situación que se vive en la actualidad.

Hay un consenso que es a través de la educación y creación de públicos donde hay una solución más integral y de más largo plazo, para que el cine mexicano sea recibido por la audiencia e incluso buscado con más ahínco. Considerando las leyes del mercado, de que a toda oferta corresponde una demanda, pero en igualdad de oportunidades de nuestros cineastas para con los extranjeros, con una legislación favorable que proteja nuestro patrimonio nacional.

En la Convención sobre la protección y la promoción de la diversidad de las expresiones culturales, donde la Corte Nacional de Justicia de la Nación firmó un acuerdo ante la UNESCO, se enlista entre otras cosas el compromiso del Estado por promover las expresiones culturales y crear medidas para proteger las expresiones culturales y hacer circular los imaginarios de identidad nacional. (Ugalde, 2013).

Es así que hace falta un estudio multidisciplinario para ver el estado actual de la circulación de dicho imaginario. En qué situación se encuentran otras disciplinas del quehacer artístico, como la pintura, el teatro, la literatura, etc. El cine no es la única disciplina que sufre de la situación acordada en 1992 en el TLCAN. Se necesita un estudio nacional, desde diversas posiciones, para poder presentar ante los organismos correspondientes un diagnóstico actualizado de las actividades artístico-culturales.

Otra línea que se podría seguir atendiendo, es un benchmarking de las políticas culturales nacionales versus políticas culturales en otras naciones del mundo y

cómo con políticas no tan “agresivas”, sino, más bien, con planteamientos claros y visión de qué es lo que quieren lograr, han obtenido excelentes resultados, sobre todo en países de nuestra misma latitud, no es necesariamente el modelo Coreano, con una producción lineal o el caso Francés y su absoluta protección a su cinematografía, sino más bien poder estudiar los casos de Brasil, Argentina y Chile.

El esfuerzo de seguir haciendo estudios del público, es también importante, porque a final de cuentas, se trata de que las películas no estrenadas lleguen a la audiencia. El hacer estudios transversales, entre economía, sociología y psicología, para entender el fenómeno del por qué no va el público a ver películas mexicanas, es también una línea que podría seguir esta investigación. Las nuevas tecnologías, el nuevo rol de la proyección 100% digital, las plataformas del *video on demand* son vertientes de estudio que se pueden desprender de esta investigación. Una opción para la exhibición del cine mexicano es la búsqueda de formulas no tradicionales. Justamente el 3 de diciembre de 2013, se hizo el anuncio por parte de Jorge Sánchez director del IMCINE que se lanzará una nueva plataforma de video on demand sólo con películas donde hay participación del IMCINE. La plataforma se lanza como piloto con algunas películas del catálogo antiguo y cortometrajes actuales premiados en festival. Los esfuerzos que se hacen encaminados en la búsqueda del público son necesarios y en la medida que se sigan haciendo, aún y cuando sea poco a poco, se irá ganando terreno para conseguir que se tenga más exhibición del cine nacional.

Después de realizar este estudio queda claro que las condiciones actuales, no son las óptimas para que se vea cine mexicano, el público regiomontano que asiste a las salas de cine comercial, que en su mayoría es un público joven, busca el factor de género y la catarsis, el cine mexicano no está satisfaciendo esta demanda, pero también es cierto que aun y cuando hay público interesado en el tipo de cine que proponen los cineastas mexicanos, el encuentro de este público y las películas es dispar.

El poderío económico de una industria que mueve tanto dinero como es el entretenimiento, está en una dialéctica diferente a la propuesta artística, el sistema neoliberal, no está permitiendo la circulación de imaginario. Es aquí donde las políticas culturales tendrían que corregir estas situaciones y permitir que no sólo el cine, sino las expresiones artísticas en lo general llegaran al público para el que están hechas.

Hay camino por andar, pero el panorama no es desolador. Esfuerzos de funcionarios, directores de cine, promotores culturales, investigadores, críticos, irán construyendo poco a poco condiciones de mayor competencia para las artes y en específico para el cine. Lo importante es no quitar el dedo del renglón y seguir presentando evidencia de las áreas de oportunidad que tienen las políticas culturales del Estado mexicano.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abad, M. J. (2001). *¿Para qué sirve el cine comercial en la aldea global? La India como un caso singular*. Arte, Individuo y Sociedad, N° 13, pp. 159-170.
- Arell-Báez, A. (2013). *Cine: una industria para explotar en América Latina*. Forbes. <http://www.forbes.com.mx/sites/cine-una-industria-para-explotar-en-america-latina/>
- Arriaga-Jordán, G. (2002). *Panorama del cine mexicano*. Academia: Revista del Cine Español, ISSN 1136-8144, N°. 32, pags. 119-125.
- Aviña, R. (2004) *Una Mirada Insólita: Temas y géneros del cine mexicano*. México. CONACULTA/Océano.
- Barragán, J. N., Guerra, S., Lozano, D. (2009). *El Cine: El negocio de la cultura. Innovaciones de Negocios*. UANL.
- Barragán, J. N., Guerra, S., Lozano, D. Zuñiga, J. (2010). *Estrategias para el desarrollo cinematográfico comercial mexicano hacia los Estados Unidos*. Innovaciones de Negocios. UANL.
- Barragán, J. N., Guerra, S., Lozano, D. Puerco, J.L., Treviño, M. E., Villalpando, P. (2012). *Factores mercadológicos utilizados por las organizaciones de producción cinematográfica mexicanas (OPCM) y su impacto en los ingresos en taquilla: caso de estudio Área Metropolitana de Nuevo León*. Innovaciones de Negocios. UANL. ISSN: 2007-1191.
- Barragán, J. N., Guerra, S., Lozano, D. Treviño, M. E., Villalpando, P. (2012). *Factores narrativos utilizados por las organizaciones de producción cinematográfica y su impacto en los ingresos en taquilla*. Innovaciones de Negocios. UANL. ISSN: 2007-1191
- Barragán, J. N., Guerra, S., Lozano, D. (2011). *Superando el Síndrome Lozano-Barragán en las Organizaciones de Producción Cinematográfica Mexicanas*. Daena: International Journal of Good Conscience. ISSN 1870-557X
- Cañizares, E. (2006). *El lenguaje del cine: Semiología del discurso fílmico*. Universidad Complutense. ISB: 9788484662921
- Casas, A. (2006). *Guillermo Arriaga: Lucha por la excepción cultural dentro de las reglas que tenemos*. Estudios Cinematográficos. No. 29 pp. 35-44

- Casas, A. (2011). *El Cine Mexicano y la Excepción Cultural: Apuntes Miradas*, Revista Audiovisual. Cuba.
www.eictv.co.cu/miradas/index.php?option=com_cont
- Casillas, M. A. (2007). *Nuevo Cine Mexicano... ¿y...? Etcétera*.
<http://www.etcetera.com.mx/articulo.php?articulo=3013&pag=1&coment=1>
- Chikhaoui, T. (2009). *El cine, las imágenes, la alteridad y los jóvenes*. Quaderns de la Mediterrània = Cuadernos del Mediterráneo, ISSN 1577-9297, N°. 11, pags. 232-236.
- CVTP. (2013). *Expertos Analizan el Éxito de Nosotros los Nobles*. El Universal.
<http://www.eluniversal.com.mx/notas/922501.html>
- De la Vega Alfaro, E. (1992). *Cine e Industria cultural en México: ¿Hacia un nuevo enfoque sociológico?*. Comunicación y Sociedad, pp. 211-234.
- De la Vega Alfaro, E. (1994). *Evolución y estado actual de la investigación sobre cine mexicano*. Universidad de Guadalajara, CC-DOC ITESO-CONACYT, pp. 205-215.
- Escalada, P. (2013). *Por qué las películas Mexicanas triunfan en premios internacionales pero no en salas de cine*. SDPnoticias.com.
http://www.sdpnoticias.com/espectaculos/2013/06/01/por-quepeleli...10152880245305065%22%3A%22og.likes%22%7D&action_ref_map=%5B%5D
- Estados Unidos Mexicanos, Diario Oficial de la Federación, (1992). *Ley Federal de Cinematografía*.
- García Benítez, C. (2010). *La identidad nacional mexicana desde la lente del cine mexicano contemporáneo*. Nuevo mundo Mundos Nuevos.
<http://nuevomundo.revues.org/58346>
- García Canclini, N. (1994). *Los Nuevos Espectadores: Cine, Televisión y Video en México*. Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, Instituto Mexicano de Cinematografía. México. ISBN: 968-29-7470-4
- García Canclini, N. (2005). *Todos tienen cultura: ¿Quiénes pueden desarrollarla?*. Seminario sobre Cultura y Desarrollo, en el Banco Interamericano de Desarrollo, Washington.
- García Canclini, N., Lluís Calvo i Calvo (trad.) (1999). *De la identitat a la interculturalitat: l'antropologia en la globalització*. Revista d'etnologia de Catalunya, ISSN 1132-6581, N°. 15, pags. 36-45.

- García Canclini, N.; Rosas, A. y Sánchez, E. (2006). *Situación Actual y Perspectivas de la industria cinematográfica en México y en el extranjero*. Universidad de Guadalajara, Instituto Mexicano de Cinematografía. México. ISBN 970-27-0937-7
- García, L. (2010). *¿Quién quiere ver cine mexicano?*. Editorial. La Jornada.
- Gómez, R. (2005). *La Industria Cinematográfica Mexicana 1992-2003 Estructura, Desarrollo, Políticas y Tendencias*. Estudios sobre las Culturas Contemporáneas, diciembre, año/vol XI. Número 022, Universidad de Colima, pp. 249-273.
- Gómez, L. (1998). *El reto, encontrar soluciones. Entrevista con el exhibidor Alejandro Ramírez*. Estudios Cinematográficos. ISSN: 0188-8056 No. 14 octubre-diciembre, pp. 31-32.
- Gómez, H. (2000) *Luces en la Oscuridad: La Investigación sobre cine en México*. Estudios sobre las Culturas Contemporáneas, Universidad de Colima, México. pp. 9-52, ISSN: 1405-2210.
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2006). *Metodología de la Investigación*. México, D. F.: McGraw-Hill, Cuarta Edición.
- Hinojosa, L. (2003) *El Cine Mexicano: La identidad cultural y nacional*. Trillas. México. ISBN: 978-968-24-6844-5.
- Hinojosa, L. (2012) *Cine Transnacional y Espectadores Globales: Oferta y consumo del Cine Mexicano en Monterrey 2001-2010*. Pp.21.
- Huerta, C. (diciembre 2003) *Cae Taquilla y público del cine mexicano*. Editorial. REFORMA.
- IMCINE. (2010) Anuario Estadístico de Cine Mexicano 2010. CONACULTA, México.
- IMCINE. (2011) Anuario Estadístico de Cine Mexicano 2011. CONACULTA, México.
- IMCINE. (2012) Anuario Estadístico de Cine Mexicano 2012. CONACULTA, México.
- Joskowicz, A. (2006) *El cine y la diversidad cultural*. Estudios Cinematográficos. pp. 72-90.
- Kvale, S. (2011). *Las entrevistas en Investigación Cualitativa*. Madrid, España: Ediciones Morata, S. L., Colección: Investigación Cualitativa.

- Lay Arellano, T. (2005) *Análisis del proceso de la iniciativa de Ley de la industria Cinematográfica de 1998*. Universidad de Guadalajara. México. ISBN 970-27-0694-7
- Lay Arellano, T (2010). *Los proyectos políticos y culturales en las reformas legislativas de la Ley de cine del 92 y del 98*. Simposio sobre la política cinematográfica transnacional. México, D.F.
- Lozano, J. C. (1994). *Hacia la reconsideración del análisis de contenido en la investigación de los mensajes comunicacionales*. En C. Cervantes y E. Sánchez (coords.), *Investigar la Comunicación. Propuestas Iberoamericanas*. Guadalajara, Jal.: Universidad de Guadalajara, pp. 135-157.
- Mac Laird, M.(28 agosto 2010) *La política cinematográfica después del TLCAN: Hacia un cine trilateral*. Simposio sobre la política cinematográfica transnacional. México, D.F.
- Matute, P. (2006) *Los Retos del Cine Mexicano*. Razón y palabra, ISSN 1605-4806, N°. 49.
<http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n49/bienal/Mesa%2011/PedroMatuteMexico.pdf>
- Matute, P. (2011) *El Cine Mexicano en Busca de su Público*. Razón y palabra, ISSN 1605-4806, N°. 78.
<http://www.redalyc.org/articuloBasic.oa?id=199524192015>
- Medrano, A. (1999) *Quince Directores del Cine Mexicano*. México. Plaza y Valdes Editores.
- Miller, T. (28 agosto 2010) El tema olvidado en las políticas culturales: la distribución internacional, y los Latin@s Estadounidenses. Simposio sobre la política cinematográfica transnacional. México, D.F.
- Mitchell, W.J.T. (Diciembre 2003) *Mostrando el ver: Una crítica de la cultura visual*. Estudios Visuales. pp. 17-40.
- Mosco, V. *La Economía Política de la Comunicación: una actualización diez años después*. Traducción de M. T. García Leiva). CIC Cuadernos de Información y Comunicación, 11, 57-79. URL:
<http://revistas.ucm.es/index.php/CIYC/article/view/CIYC0606110057A/7274>
- Nivón, E. (2006) *La Política Cultural, Temas, Problemas y Oportunidades*. Intersecciones, México 2006. ISBN: 970-35-0758-1

- Pâquet, A. (2002) *Cine y Urbanidad o el caballo de Troya de Hollywood*. El ojo que piensa.
- Pineda, M. (2006) *Sociedad de la información, Internet y Políticas Culturales en América Latina*. Universidad de Zulia. ISSN-e 1605-4806, N°. 48, URL: <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1389073>
- Reyes-Heróles, R. (2013) *El Fenómeno de "Los Nobles"*. Expansión. Año XLIV. Número 1128.
- Sánchez, M. (2013). *Estadounidenses controlan la distribución y la exhibición del cine en México*. La Crónica de Hoy. <http://www.cronica.com.mx/notas/2007/314725.html>
- Sánchez, E. (2004). *El empequeñecido cine latinoamericano y la integración audiovisual... ¿Panamericana?: ¿Fatalidad de Mercado o Alternativa Política?*. Red Comunicación y Sociedad. 2006. ISSN: 0188-252X pp. 9-36.
- Solorzano, F. (2013). *El Cine Mexicano espejo de nuestra realidad*. Tierra Adentro. Número 184.
- Solorzano, F. (2007). *El lugar del espectador. ¿Para quién es el cine mexicano reciente?*. Letras Libres. <http://www.letraslibres.com/index.php?art=11996>
- Solorzano, L. (2013). *De El Gran Calavera A Nosotros los Nobles* <http://www.excelsior.com.mx/opinion/lucero-solorzano/2013/03/22/890254>
- Suprema Corte de Justicia de la Nación. (2005) *Convención sobre la protección y promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales*. <https://www.scjn.gob.mx/libro/InstrumentosConvencion/PAG0469.pdf>
- Thoreau, R. (2009). *El instante y la oscuridad: el momentum del cine*. Estudios visuales: Ensayo, teoría y crítica de la cultura visual y el arte contemporáneo, ISSN 1698-7470, N°. 6, pags. 112-129
- Torres, I. (2012). *Nuevo impuesto por exhibición digital golpeará cine mexicano* <http://cinent.com/cine-mexicano/noticias-cine-mexicano/518-nuevo-impuesto-por-exhibicion-digital-golpear-cine-mexicano.html>
- Ugalde, V. (2012). *Análisis de la Distribución y Exhibición Filmica en México*. TOMA. <http://revistatoma.wordpress.com/2010/08/25/analisis-de-la-distribucion-y-la-exhibicion-filmica-en-mexico/>

- Valdés, J. A. (2012) *Cine Mexicano 2007-2012 (Algo así como un mapa)*. La Semana de Frente. <http://www.frente.com.mx/cine-mexicano-2007-2012-algo-asi-como-un-mapa/>
- Wasko, J. (2006). *La Economía Política del Cine*. CIC Cuadernos de Información y Comunicación, 11, (95-110), Traducción de Carles Llorens-Maluquer.
<http://revistas.ucm.es/index.php/CIYC/article/view/CIYC0606110095A/7277>
- Yudicé, G. (2002) *El Recurso de la Cultura*. Primera Edición. Barcelona, España. ISBN: 84-7432.968-X.
- Yudicé, G. (1993). *Tradiciones Comparativas de Estudios Culturales: América Latina y los Estados Unidos*.
<http://www.cholonautas.edu.pe/modulo/upload/yud.pdf>

GLOSARIO

Benchmarking.- es un proceso sistemático y continuo para evaluar los productos, servicios y procesos de trabajo de las organizaciones reconocidas como las mejores práctica, aquellos competidores más duros.

Blockbuster.- una superproducción protagonizada con estrellas reconocidas, dirigidas por cineastas reconocidos por el gran público. Su finalidad es llegar a la mayor cantidad de salas posibles y recaudar una gran cantidad de taquilla en su primer fin de semana.

Cine Catártico.- El tipo de cine que permite un proceso de descarga emocional y alivio de la tensión emocional de una persona. En la sala oscura del cine, se presenta un marco de completa seguridad que hace posible que la emoción se recuerde en tranquilidad.

Cine de Autor.- Este tipo de cine es normalmente identificable o reconocible por algunos rasgos típicos del director. Es donde el director tiene el control total de la película y plasma ideas, pasiones y lenguaje cinematográfico propio.

Cine Independiente.- es una película que ha sido producida fuera de los grandes estudios cinematográficos

Cinematografía sostenible.- Aquella que crea un círculo virtuosos que logra que por sus propios medios se puedan costear las películas y que al conectar con el público, tenga una taquilla tal, que permita que se siga haciendo más cine, sin necesidad de recurrir al Estado.

Distribución cinematográfica.- el proceso intermedio entre la película terminada y que llega a los propietarios de las ventanas de exhibición.

Duopolio.- situación de mercado en que la oferta de un producto o el ejercicio de una actividad se reparte entre dos empresas.

Excepción Cultural.- es un concepto originariamente francés que, reconociendo la particular naturaleza de algunos bienes y servicios culturales, pretendía preservarlos de las estrictas reglas del mercado al considerarlos como sustentos de la identidad y de las especificidades culturales de un país.

Exhibición Cinematográfica.- el acto de comunicación pública que se lleva a cabo en una sala oscura, con una pantalla iluminada por un haz proveniente de un proyector situado en el lado opuesto, dejando en medio un patio de butacas dispuestas en dirección a la pantalla. Todo ello ubicado en el seno de un gran complejo con numerosas salas de idéntica fisonomía.

Motion Pictures Association of America (MPAA).- es la voz y el motor de las películas norteamericanas, de la industria de la televisión y el video a nivel

nacional y a través de filiales y subsidiarias también a nivel internacional. Según sus propias palabras defienden una sana y próspera industria del cine y la televisión gracias a la participación tanto en cuestiones legales, tecnológicas, educativas, políticas e iniciativas de ley. Estos esfuerzos se hacen para salvaguardar los derechos de propiedad intelectual usando tecnología que expanda el consumo y opciones de entretenimiento, a la defensa de acuerdos y asegurar el futuro para que los artistas se expresen con total libertad de expresión. Es una organización formada por los principales estudios de Hollywood. Actualmente esta conformada por los seis mayores estudios de Hollywood: HIT Entertainment a division of News Corporation, Buena Vista (The Walt Disney Company), Sony Pictures, Paramount Pictures (Viacom, que compró DreamWorks en febrero de 2006), 20th Century Fox (News Corporation), Universal Studios (NBC Universal) y Warner Bros. (Time Warner). Sus oficinas principales se encuentran en Washington.

Multiplex.- o Multisala, es un término recurrente para indicar los complejos de cines que tienen varias pantallas en un solo recinto, que se han ido afianzando, sobre todo a partir de los años 90. Actualmente en Monterrey el Rio 70 es el único cine que queda que tiene una sola sala.

Nuevo Cine Mexicano.- Periodo que marco la historia del cine Mexicano, entre 1990 y 1996 se hicieron películas que por temática y manejo del lenguaje audiovisual, distaban mucho de las películas hechas en la década inmediatamente anterior. Con mayor calidad y reencuentro con el público.

Algunos títulos que inauguraron el llamado “Nuevo Cine Mexicano” son: “Sólo con tu pareja”, “Cronos”, “La Mujer de Benjamín” y “Como Agua para Chocolate”.

Oferta Cinematográfica.- Las películas a las que se puede tener acceso para verlas, ya sea en televisión, video on demand, salas de cine comercial e incluso en la piratería.

Político Cultural.- El conjunto de principios, prácticas y presupuestos que sirven de base para la intervención de los poderes públicos en la actividad cultural radicada en su jurisdicción territorial con el objeto de satisfacer las necesidades sociales de la población en cualquiera de los sectores culturales.

Política Económica.- es el estudio de las relaciones sociales, particularmente las relaciones de poder, que mutuamente constituyen la producción, distribución y consumo de recursos, incluidos los recursos de comunicación.

Política Neoliberal.- subsana el déficit público mediante la disminución del gasto estatal, la privatización de las empresas públicas, la reducción del aparato burocrático y el desmantelamiento del “Estado Social”. Esta política comulga con la independencia de los mercados y su propia autorregulación.

Producción.- Se entiende por producción, el proceso de realización de una película. O bien a una película ya terminada también se le puede denominar como una producción.

Trending topic.- son las palabras clave más usadas en un momento dado en Twitter

Video on demand.- es un sistema de televisión que permite al usuario el acceso a contenidos multimedia de forma personalizada ofreciéndole, de este modo, la posibilidad de solicitar y visualizar una película o programa concreto en el momento exacto que el telespectador lo desee

Virtual Print Fee (VPF).- Es el impuesto sobre la copia digital, que deben pagar los productores de las películas a los exhibidores.

ANEXO 1
Hoja de codificación de películas en las salas de cine

	26 de Enero 2012	País de origen	No. de salas
1	La Bella y la Bestia	EU	16
2	Mini Espias	EU	38
3	Monstruos Voladores	UK	1
4	Alvin y las Ardillas	EU	35
5	Gato con Botas	EU	23
6	Tin Tin	EU	14
7	Nacidos para ser libres	EU	1
8	Operación Regalo	EU-UK	3
9	Zoologico en casa	EU	21
10	Baile de San Juan	México-Francia-Alemania-España	11
11	Anónimo	Alemania-UK	1
12	Edgar	EU	21
13	La última noche de la humanidad	EU	49
14	La última pelea	EU	28
15	Misión Imposible	EU	51
16	Sherlock Holmes	EU	50
17	Siempre el mismo día	EU	9
18	Trol	Noruega	15
19	Un pedacito de Cielo	EU	30
20	La Chica del Dragon Tatuado	EU	43
21	Inmortales	EU	2
22	Incéndies	Canadá-Francia	3
23	La Piel que Habito	España	4
24	Mientras Duermes	España	1
25	Fausto	Rusia	1
26	Pez Mortal	Japón	1
			472

	21 de Febrero 2012	País de origen	No. de películas
1	La Bella y la Bestia	EU	1
2	Mini Espías	EU	2
3	Monstruos Voladores	UK	1
4	Alvin y las Ardillas	EU	2
5	Gato con Botas	EU	2
6	Tin Tin	EU	1
7	La Revolución de Juan Escopeta	México	6
8	Operación Regalo	EU-UK	1
9	La Invención de Hugo Cabret	EU	16
10	Star Wars	EU	33
11	Viaje 2: La Isla	EU	67
12	Acorazado	México-Cuba	11
13	La última noche de la humanidad	EU	2
14	El Artista	Francia-Bélgica	16
15	Misión Imposible	EU	1
16	Sherlock Holmes	EU	1
17	El Enviado	EU	24
18	El Vengador Fantasma	EU	78
19	Reto de Valientes	EU	6
20	La Chica del Dragón Tatuado	EU	12
21	Al Borde del Abismo	EU	4
22	Caballo de Guerra	EU	15
23	Money Ball	EU	1
24	La Dama de Negro	UK	39
25	Los Descendientes	EU	24
26	Los Inadaptados	México	4
27	Misión Explosiva	México	1
28	Votos de Amor	EU	39
29	Vengador Anónimo	EU	15
30	Poder y Traición	EU	4
31	Contrabando	EU	40
32	3 Metros Sobre el Cielo	EU	14
33	Drive	EU	3
34	Exam	UK	2
35	Inframundo	EU	23
36	El Sueño Triste	Corea del Sur	1
37	Para los amores eternos	Corea del Sur	1
			513

19 de Marzo 2012			No. de salas
		País de origen	
1	Zbãw, Mejores Amigos	México	46
2	Mini Espias	EU	1
3	Monstruos Voladores	UK	1
4	La leyenda de la llorona	México	2
5	Esto es Guerra	EU	43
6	Alamar	México	3
7	Peligro Mortal	México	1
8	Un día para sobrevivir	EU	43
9	La Invención de Hugo Cabret	EU	6
10	Star Wars	EU	2
11	Viaje 2: La Isla	EU	24
12	¡De panzazo!	México	11
13	12 Horas	EU	34
14	El Artista	Francia-Bélgica	4
15	Historias Cruzadas	EU	17
16	John Carter	EU	97
17	Poder sin límites	EU-UK	33
18	El Vengador Fantasma	EU	9
19	Reto de Valientes	EU	2
20	Protegiendo al Enemigo	EU	26
21	Tan Fuerte Tan Cerca	EU	16
22	Fenómeno Siniestro	EU	31
23	Proyecto X	EU	13
24	La Dama de Negro	UK	19
25	Con el Diablo adentro	EU	30
26	Presas del Diablo	EU	20
27	La Dama de Hierro	UK	10
28	Votos de Amor	EU	1
			545

14 de Abril 2012			No. de salas
		País de origen	
1	Zbăw, Mejores Amigos	México	3
2	El Lorax	EU	64
3	Monstruos Voladores	UK	1
4	Espejito Espejito	EU	46
5	Esto es Guerra	EU	8
6	Los Niños de la Esperanza	Francia-Alemania	4
7	Aquí entre Nos	México	27
8	Un día para sobrevivir	EU	5
9	Titanic	EU	30
10	50/50	EU	2
11	Viaje 2: La Isla	EU	1
12	¡De panzazo!	México	3
13	El principe del Desierto	Francia-Italia-Qatar	1
14	Furia de Titanes	EU	96
15	Historias Cruzadas	EU	1
16	John Carter	EU	6
17	Mundo de Dinosaurios	EU	1
18	Los Juegos del Hambre	EU	58
19	El Lugar más pequeño	México	1
20	Días de Gracia	México	26
21	Rec 3	España	36
22	Fenómeno Siniestro	EU	1
23	Proyecto X	EU	3
24	El Gran Milagro	México	2
25	American pie El Reencuentro	EU	43
26	El Chico que miente	Venezuela	1
27	La Dama de Hierro	UK	1
			471

10 de Mayo 2012		País de origen	No. de salas
1	¡Piratas!	EU-UK	24
2	El Lorax	EU	7
3	Monstruos Voladores	UK	1
4	Espejito Espejito	EU	9
5	El Cielo en tu mirada	México	5
6	El Exótico Hotel Marigol	UK	17
7	Aquí entre Nos	México	2
8	Intrusos	EU-España	8
9	Titanic	EU	2
10	The Avengers	EU	140
11	Apartamento 143	España	41
12	Cristiada	México-EU	28
13	Comando Especial	EU	42
14	Furia de Titanes	EU	7
15	Locura en el paraiso	EU	26
16	Shame	UK	13
17	Agentes Secretos	EU	11
18	Los Juegos de Hambre	EU	7
19	El Quinto Mandamiento	México	6
20	Sin Rastro Alguno	Francia	1
21	Rec 3	España	14
22	Vive, Ama, da Todo	UK	1
23	American Pie El Reencuentro	EU	21
			433

5 de Junio 2012		País de origen	No. de salas
1	¡Piratas!	EU-UK	1
2	Cartas a Elena	México	15
3	Monstruos Voladores	UK	1
4	Gaturro	Argentina	22
5	Hombres de Negro 3	EU	113
6	Blanca Nieves y el Cazador	EU	66
7	Battleship	EU	39
8	Vida Express	México	1
9	¿Sabes quién viene?	Polonia-Alemania-España-Francia	1
10	The Avengers	EU	59
11	Apartamento 143	España	4
12	Cristiada	EU-México	1
13	Cuando te encuentre	EU	31
14	Plan Perfecto	EU	6
15	Siempre el mismo día	EU	1
16	Sin Salida	EU	14
17	El Espía que sabía demasiado	Francia	4
18	Los Juegos del Hambre	EU	1
19	Casa de mi Padre	EU	6
20	The Innkeepers	EU	12
21	Invencibles	EU	28
22	Una Separación	Irán	4
23	Attenberg	Grecia	1
24	No es una película	Irán	1
			432

	1º de Julio 2012	País de origen	No. De Salas
1	La Era de Hielo	EU	84
2	Madagascar	EU	53
3	Monstruos Voladores	UK	1
4	Mundo de Dinosaurios	EU	1
5	Hombres de Negro 3	EU	10
6	Gimme the power	México	15
7	Blanca Nieves y el Cazador	EU	38
8	El Gran Robo	EU/Alemania	8
9	Un Método Peligroso	UK	6
10	Atrapan al Gringo	EU	36
11	Sombras Tenebrosas	EU	44
12	The Avengers	EU	1
13	Colosio	México	23
14	Flor de Fango	México	2
15	Hermanos por Siempre	EU	1
16	Prometeo	EU	47
17	Tourneé, Arriba el telón	Francia	1
18	Tabú	Portugal- Brasil-Alemania-Francia	1
19	Turistas	Chile	1
			373

27 de julio 2012		País de origen	No. de salas
1	La Era de Hielo	EU	51
2	Madagascar 3	EU	5
3	Monstruos Voladores	UK	1
4	Mundo de Dinosaurios	EU	1
5	Pie de página	Israel	2
6	Valiente	EU	83
7	Batman	EU/UK	74
8	De Roma con Amor	EU	28
9	Spiderman	EU	62
10	La Llave de Sarah	Francia	1
11	Sombras Tenebrosas	EU	1
12	The Avengers	EU	2
13	Ese es mi hijo	EU	34
14	Salvajes	EU	18
15	Terror en Chernóbil	EU	37
16	Un método peligroso	UK	2
17	El Lenguaje de los Machetes	México	1
18	Los Labios	Argentina	1
			404

22 de Agosto 2012		País de origen	No. de salas
1	La Era de hielo	EU	6
2	Katy Perry	EU	9
3	Monstruos Voladores	UK	1
4	Buscando a Nemo	EU	38
5	Para Norman	EU	42
6	Valiente	EU	41
7	Batman	EU/UK	60
8	De Roma con Amor	EU	3
9	Spiderman	EU	2
10	El Legado Bourne	EU	1
11	La Era del Rock	EU	28
12	Misión Secreta	EU	12
13	Amor, Honor y Libertad	Francia	10
14	El Vengador del Futuro	EU	64
15	Eternamente Comprometidos	EU	32
16	Lon Indestructibles 2	EU	47
17	Morgana	México	29
18	Un Mundo Mejor	Dinamarca-Suecia	2
19	La Casa Silenciosa	EU-Francia	26
FIC MONTERREY			
20	La Ley de Herodes	México	1
21	Buscando a Larisa	México	1
22	Hecho en China	México	1
23	Hermana	Suiza - Francia	1
24	María y yo	España	1
25	Totem	Alemania	1
26	El Huaso	Canadá - Chile	1
27	Fántastico Mundo de Juan Orol	México	1
28	Los Pasos Dobles	España - Suiza	1
29	Esto no es California	Alemania	1
30	Alois Nebel	Alemania - Rep. Checa	1
31	Familias Partidas	México	1
32	Sharquiya	Francia-Alemania-Israel	1
33	HU Enigma	Brasil	1
34	Felix: Autoficciones	México	1
			468

17 de septiembre 2012		País de origen	No. de salas
1	Tinker Bell y el Secreto de las Hadas	EU	58
2	El Ártico	EU	1
3	Monstruos Voladores	UK	1
4	Star Wars 1	EU	1
5	Para Norman	EU	23
6	Valiente	EU	20
7	Batman	EU/UK	2
8	Suave Patria	México	38
9	Amigos	Francia	17
10	El Legado Bourne	EU	13
11	La Era del Rock	EU	1
12	Educando a Mamá	EU	17
13	La Aparición	EU	32
14	Poderes Ocultos	España-EU	36
15	Posesión Satánica	EU	36
16	Lon Indestructibles 2	EU	41
17	Qué esperar cuando se está esperando	EU	29
18	Despertar de los Muertos	UK	24
19	El Doble del Diablo	Bélgica-Holanda	13
20	Ted	EU	57
21	Lincoln: Cazador de Vampiros	EU	49
22	Cuando el Corazón Duele	EU	4
23	El Código del Miedo	EU	2
24	El Dictador	EU	30
25	Histeria: La Historia del Deseo	UK-Alemania-Francia-Luxemburgo	1
26	Declaración de Guerra	Francia	1
27	Los Hombres Libres	Francia	1
28	Los Infieles	Francia	1
29	El Carnicero	Francia	1
			550

13 de Octubre 2012		País de origen	No. de salas
1	Tinker Bell y el Secreto de las Hadas	EU	4
2	Los Tres Chiflados	EU	14
3	Monstruos Voladores	UK	1
4	Chimpancés	EU	9
5	Hecho en México	México	3
6	Valiente	EU	1
7	Frankenweenie	EU	76
8	Hotel Transylvania	EU	55
9	Amigos	Francia	10
10	Búsqueda Implacable 2	Francia	42
11	Casi 18	EU	7
12	El Arte de Vivir	EU	4
13	Habemus Papam	Italia	1
14	La Casa de Al lado	EU-Canadá	14
15	Posesión Satánica	EU	1
16	Tengo Ganas de Ti	España	3
17	Vecino Cercanos del 3er Tipo	EU	27
18	Asesino del Futuro	EU	40
18	Memorias de mis Putas Tristes	México-España-Dinamarca	5
20	Ted	EU	43
21	Siniestro	EU	37
22	Dredd: El Juez de Apocalipsis	EU	5
23	La Cabaña del Terror	EU	38
24	Resident Evil 5	EU	34
25	Michael: Crónica de una obsesión	Austria	4
26	Domingo Sangriento	Irlanda	1
27	Eamon	Irlanda	1
28	Reyes	Irlanda	1
29	El Ladrón	Alemania	1
			482

8 de Noviembre 2012		País de origen	No. de salas
1	Ralph, El Demoledor	EU	81
2	Los Tres Chiflados	EU	1
3	Monstruos Voladores	UK	1
4	Chimpancés	EU	1
5	The Doors: The Bowl 68	UK	2
6	Chiapa,s el Corazón del Café	México	7
7	Frankenweenie	EU	32
8	Hotel Transylvania	EU	34
9	Amigos	Francia	3
10	Búsqueda Implacable 2	Francia	33
11	007- Operación Skyfall	UK-EU	62
12	Viaje de Generación	México	27
13	¿Alguien ha visto a Lupita?	Chile-Argentina-México-EU	1
14	Actividad Paranormal	EU	38
15	Después de Lucía	México-Francia	34
16	Las Ventajas de ser Invisible	EU	18
17	Vecino Cercanos del 3er Tipo	EU	1
18	Asesino del Futuro	EU	25
19	Todo lo que necesitas es Amor	Dinamarca-Suecia-Italia-Francia	4
20	Ted	EU	4
21	Siniestro	EU	17
22	Melancolía	Dinamarca-Suecia-Francia-Alemania	7
23	Cazando a Bin Laden	EU	29
24	Memorias de mis Putas Tristes	México-España-Dinamarca	1
25	Mujeres al Poder	Francia	2
26	Residen Evil 5: La Venganza	EU	1
27	Bel Ami: El Seductor	UK	7
28	Terror en Silent Hill 2: La Revelación	Francia-EU	40
29	El Sueño de Lu	México	1
30	Los Nombres del Amor	Francia	1
			515

4 de Diciembre 2013		País de origen	No. de salas
1	Ralph, El Demoledor	EU	40
2	Buscando la Ola	México-Costa Rica	1
3	Monstruos Voladores	UK	1
4	Chimpancés	EU	1
5	Curvas de la Vida	EU	39
6	El Origen de los Guardianes	EU	58
7	Frankenweenie	EU	1
8	Hotel Transylvania	EU	1
9	Argo	EU	16
10	Cambio de Planes	España	14
11	007- Operación Skyfall	UK-EU	34
12	Contratiempo	México	1
13	Crepúsculo la Saga: Amanecer Parte 2	EU	75
14	Actividad Paranormal	EU	2
15	El Precio de la Codicia	EU	8
16	Las Ventajas de ser Invisible	EU	2
17	Luna Escondida	México-EU	39
18	Pesadilla Jurásica	UK	19
19	Buscando un Amigo para el Fin del Mundo	EU	12
20	El Camino del Diablo	España	25
21	Siniestro	EU	2
22	Post Tenebras Lux	México-Francia-Alemania	3
23	Criaturas Ocultas(Hidden)	Italia-Canadá	1
24	La Vida Precoz y Breve de Sabina Rivas	México	18
25	Mentiras Mortales	EU	7
26	NO	Chile-Francia	6
27	Terror en Silent Hill 2: La Revelación	Francia-EU	2
			428

	30 de Diciembre de 2012	País de origen	No. de salas
1	Ralph, El Demoledor	EU	1
2	El Maestro Luchador	EU	50
3	S.O.S. Una Familia en Apuros	EU	52
4	Sammy El Gran Escape	Bélgica	51
5	El Ártico	EU	1
6	El Origen de los Guardianes	EU	34
7	La Extraña Vida de Timothy Green	EU	3
8	Monsters Inc.	EU	15
9	Santa y el Mono de Nieve	EU	1
10	Una Aventura Extraordinaria	EU-China	79
11	180 grados	México	21
12	¿A dónde vamos ahora?	Francia-Líbano-Italia-España	2
13	Crepúsculo la Saga: Amanecer Parte 2	EU	1
14	El Hobbit: Un Viaje Inesperado	EU-Nueva Zelanda	67
15	Jugando por Amor	EU	18
16	Lo Imposible	España	41
17	Cloud Atlas	Alemania-EU-Hong Kong	35
18	Santos vs. La Tetona Mendoza	México	20
19	Sie7e Psicopatas y un perro	EU	1
20	Una Familia muy Normal	Italia	3
			496

26 DE ENERO 2013		PAÍS DE ORIGEN	No. de salas
1	CHIMPANCÉS	EU	1
2	EL ÁRTICO	EU	1
3	EL MAESTRO LUCHADOR	EU	30
4	EL ORIGEN DE LOS GUARDIANES	EU	11
5	RALPH EL DEMOLEDOR	EU	1
6	S.O.S. UNA FAMILIA EN APUROS	EU	31
7	SAMMY 2: EL GRAN ESCAPE	Bélgica	12
8	UNA AVENTURA EXTRAORDINARIA	EU-China	46
9	ABOLICIÓN DE LA PROPIEDAD	México	6
10	CIUDAD DE SOMBRAS	EU	39
11	HITCHCOCK, EL MAESTRO DEL SUSPENSO	EU	13
12	SIETE AÑOS DE MATRIMONIO	México	14
13	EDUCANDO A MAMÁ	EU	1
14	EL HOBBIT: UN VIAJE INESPERADO	EU-Nueva Zelanda	2
15	EL SUEÑO DE LU	México	1
16	FUEGO CON FUEGO	EU	13
17	JACK REACHER: BAJO LA MIRA	EU	23
18	LINCOLN	EU	28
19	LO IMPOSIBLE	España	36
20	RUBY, LA CHICA DE MIS SUEÑOS	EU	1
21	UN REINO BAJO LA LUNA	EU	2
22	EN LA CIUDAD DE LA FURIA	México	2
23	HANSEL Y GRETTEL CAZADORES DE BRUJAS	EU-Alemania	81
24	LA CAZA	Dinamarca	3
25	CLOUD ATLAS	Alemania-EU-Hong Kong	2
26	DJANGO SIN CADENAS	EU	38
27	EL CARTEL DE LOS SAPOS	Colombia-México	39
28	EL ÚLTIMO DESAFÍO	EU	36
29	MAGIC MIKE	EU	3
30	MÁS PROFUNDO QUE EL INFIERNO	Alemania	7
31	LOS MEJORES TEMAS	México	1
32	MARLEY	EU	1
			525

21 DE FEBRERO 2013		PAÍS DE ORIGEN	No. de salas
1	CHIMPANCÉS	EU	1
2	EL ÁRTICO	EU	1
3	EL MAESTRO LUCHADOR	EU	2
4	EL ORIGEN DE LOS GUARDIANES	EU	1
5	RALPH EL DEMOLEADOR	EU	1
6	S.O.S. UNA FAMILIA EN APUROS	EU	3
7	SAMMY 2: EL GRAN ESCAPE	Bélgica	4
8	UNA AVENTURA EXTRAORDINARIA	EU-China	17
9	MARÍA	Puerto Rico	1
10	CIUDAD DE SOMBRAS	EU	3
11	HITCHCOCK, EL MAESTRO DEL SUSPENSO	EU	1
12	A GOOD DAY TO DIE HARD	EU	60
13	LOS MISERABLES	UK	23
14	BEAST OF THE SOUTHERN WILD	EU	11
15	2012	EU-Canadá	3
16	AMOUR	Francia-Alemania-Austria	6
17	ARGO	EU	6
18	LINCOLN	EU	8
19	LO IMPOSIBLE	España	10
20	TADEO EL EXPLORADOR	España	44
21	EL VUELO DE LAS MONARCAS	UK-EU-Canadá	3
22	LOS JUEGOS DEL DESTINO	EU	28
23	HANSEL Y GRETEL CAZADORES DE BRUJAS	EU-Alemania	48
24	MI NOVIO ES UN ZOMBIE	EU	35
25	ZERO DARK THIRTY	EU	19
26	DJANGO SIN CADENAS	EU	16
27	EL CARTEL DE LOS SAPOS	Colombia-México	1
28	ALEX CROSS	EU	11
29	EL EJECUTOR	EU	18
30	EL PADRINO	EU	3
31	EL VUELO	EU	21
32	EL SUEÑO DE IVÁN	México-España-Colombia	7
33	MAMÁ	Canadá-España	43
34	EL VIENTO	Hungría	1
35	EN LA NIEBLA	Alemania	1
			461

19 DE MARZO 2013		PAÍS DE ORIGEN	No. de salas
1	ANA KARENINA	UK	4
2	TITÁNES DE LA ERA DE HIELO	EU	1
3	EL ÁRTICO	EU	1
4	JACK EL CAZAGIGANTES	EU	107
5	LOS CROODS	EU	36
6	OZ, EL PODEROSO	EU	95
7	RALPH EL DEMOLEDOR	EU	1
8	¿QUÉ VOY A HACER CON MI MARIDO?	EU	3
9	HERMOSAS CRIATURAS	EU	24
10	ME LATE CHOCOLATE	México	2
11	THE MASTER: TODO HOMBRE NECESITA UN GUÍA	EU	8
12	A GOOD DAY TO DIE HARD	EU	25
13	LOS MISERABLES	UK	6
14	LLAMADA SINIESTRA	PUERTO RICO	15
15	GOLPE Y FUGA	EU	28
16	¿Y DÓNDE ESTÁ EL FANTASMA?	EU	28
17	ARGO	EU	2
18	FUERZA ANTIIOGANSTER	EU	22
19	PARKER	EU	8
20	TADEO EL EXPLORADOR	España	16
21	EL MAL DEL SUEÑO	Alemania-Francia- Países Bajos	1
22	LOS JUEGOS DEL DESTINO	EU	9
23	HANSEL Y GRETEL CAZADORES DE BRUJAS	EU-Alemania	2
24	MI NOVIO ES UN ZOMBIE	EU	1
25	MARLEY	EU	1
26	SEÑOR LAZHAR	Canadá	1
27	EL VUELO	EU	2
28	MAMÁ	Canadá-España	13
			462

14 DE ABRIL 2013			No. de salas
		PAÍS DE ORIGEN	
1	OPERACIÓN ESCAPE	EU	55
2	TITÁNES DE LA ERA DE HIELO	EU	1
3	EL ÁRTICO	EU	1
4	JACK EL CAZAGIGANTES	EU	31
5	LOS CROODS	EU	47
6	OZ, EL PODEROSO	EU	16
7	OBLIVION, EL TIEMPO DEL OLVIDO	EU	65
8	¿QUÉ VOY A HACER CON MI MARIDO?	EU	1
9	EL CHEF	FRANCIA	1
10	EXPERIMENTO PARANORMAL	EU	16
11	G.I. JOE EL CONTRAATAQUE	EU	50
12	LA DELICADEZA	FRANCIA	4
13	LLAMADA SINIESTRA	PUERTO RICO	1
14	LOS JUEGOS DEL DESTINO	EU	2
15	NOSOTROS LOS NOBLES	MÉXICO	40
16	TRÁFICANTES DE DÓLARES	MÉXICO	1
17	UN VIAJE FANTÁSTICO	NORUEGA	4
18	LA REINA INFIEL	DINAMARCA	7
19	MASACRE EN TEXAS, HERENCIA MALDITA	EU	37
20	LA HIJA DE MI MEJOR AMIGO	EU	18
21	MÁTALOS SUAVEMENTE	EU	22
22	TERAPIA DE RIESGO	EU	5
23	TIERRA DE VAMPIROS	EU	1
FESTIVAL DE CINE LATINOAMERICANO - TERNIUM			
24	7 CAJAS	PARAGUAY	1
25	DIAS DE PESCA	ARGENTINA	1
26	EL LIMPIADOR	PERÚ	1
27	EL PAYASO	BRASIL	1
28	JUAN DE LOS MUERTOS	CUBA-ESPAÑA	1
29	MIRADAS MÚLTIPLES	MÉXICO	1
30	NO	CHILE-MÉXICO/EU	1
31	NOS VEMOS PAPÁ	MÉXICO	1
			434

12 DE MAYO 2013		PAÍS DE ORIGEN	No. de salas
1	OPERACIÓN ESCAPE	EU	7
2	TITÁNES DE LA ERA DE HIELO	EU	1
3	EL ÁRTICO	EU	1
4	CANELA	MÉXICO	14
5	LOS CROODS	EU	18
6	COPITO DE NIEVE	ESPAÑA	14
7	OBLIVION, EL TIEMPO DEL OLVIDO	EU	6
8	EL SUEÑO DE IVÁN	MEXICO-ESPAÑA-COLOMBIA	1
9	STAR TREK: EN LA OSCURIDAD	EU	103
10	LA CHISPA DE LA VIDA	ESPAÑA	5
11	G.I. JOE EL CONTRAATAQUE	EU	1
12	UN LUGAR SECRETO	EU	31
13	ELEFANTE BLANCO	ARGENTINA-ESPAÑA	2
14	IRON MAN 3	EU	113
15	NOSOTROS LOS NOBLES	MÉXICO	33
16	LA LADRONA DE IDENTIDADES	EU	40
17	LOS ELEGIDOS	EU	2
18	EL ÚLTIMO TURNO	EU	17
19	MASACRE EN TEXAS, HERENCIA MALDITA	EU	1
20	CINCO DE MAYO: LA BATALLA	MÉXICO	26
21	EN TRANCE	INGLATERRA	23
22	LA OBRA MAESTRA	EU	1
23	LAZOS PERVERSOS	EU	4
24	OLIMPO BAJO FUEGO	EU	11
25	POSESIÓN INFERNAL	EU	5
26	POST TENEBRAS LUX	MÉXICO-FRANCIA-ALEMANIA	1
27	ASÍ	MÉXICO	1
28	LA ÚLTIMA MUERTE	MÉXICO	1
29	LOS CARBONEROS	MÉXICO	1
30	REGIOCOLOMBIA	MÉXICO	1
31	RÍOS DE HOMBRES	MÉXICO	1
			486

5 DE JUNIO 2013		PAÍS DE ORIGEN	No. de salas
1	ZAMBEZIA	SUDÁFRICA	49
2	TITÁNES DE LA ERA DE HIELO	EU	1
3	EL ÁRTICO	EU	1
4	EL REINO SECRETO	EU	44
5	LOS CROODS	EU	2
6	EL GRAN GATSBY	EU-AUSTRALIA	49
7	LA DEMORA	URUGUAY	2
8	LA HUESPED	EU	33
9	STAR TREK: EN LA OSCURIDAD	EU	26
10	ABC: NUNCA MÁS	MÉXICO-EU-ECUADOR	1
11	CUATRO NOTAS DE AMOR	INGLATERRA	8
12	LA DELICADEZA	FRANCIA	1
13	EL ÚLTIMO EXORCISMO, PARTE 2	EU	31
14	IRON MAN 3	EU	7
15	NOSOTROS LOS NOBLES	MÉXICO	21
16	LÍNEA DE EMERGENCIA	EU	20
17	RÁPIDOS Y FURIOSOS 6	EU	77
18	EL HOMBRE DE LOS PUÑOS DE HIERRO	EU	13
19	LA NOCHE MÁS OSCURA	EU	1
20	CINCO DE MAYO: LA BATALLA	MÉXICO	1
21	MARCADO POR LA MUERTE	EU	1
22	7 DÍAS EN LA HABANA	ESPAÑA-FRANCIA	1
23	BUSCANDO A SUGAR MANA	SUECIA-INGLATERRA	1
24	POSESIÓN INFERNAL	EU	1
			392

17 DE JULIO 2013		PAÍS DE ORIGEN	No. de salas
1	EL GRAN TIBURÓN BLANCO	EU	1
2	TITÁNES DE LA ERA DE HIELO	EU	1
3	MONSTERS UNIVERSITY	EU	80
4	GUERRA MUNDIAL Z	EU	128
5	DESPUÉS DE LA TIERRA	EU	23
6	EL GRAN GATSBY	EU-AUSTRALIA	2
7	EL HOMBRE DE ACERO	EU	61
8	LA HUESPED	EU	1
9	EL INFILTRADO	EU	11
10	LA BRÚJULA LA LLEVA EL MUERTO	MÉXICO	1
11	¿QUÉ PASÓ AYER? III	EU	42
12	EL LUGAR DONDE TODO TERMINA	EU	2
13	LA CANCIÓN DEL PULQUE	MÉXICO	1
14	RÁPIDOS Y FURIOSOS 6	EU	10
15	7 DÍAS EN LA HABANA	ESPAÑA-FRANCIA	2
			366

	27 DE JULIO 2013	PAÍS DE ORIGEN	No. de salas
1	EL GRAN TIBURÓN BLANCO	EU	1
2	TITÁNES DE LA ERA DE HIELO	EU	1
3	MONSTERS UNIVERSITY	EU	14
4	GUERRA MUNDIAL Z	EU	29
5	MI VILLANO FAVORITO 2	EU	47
6	TURBO	EU	64
7	LADRONES DE LA FAMA	EU	14
8	SCARY MOVIE 5	EU	32
9	WOLVERINE INMORTAL	EU	118
10	EL LLANERO SOLITARIO	EU	67
11	¿QUÉ PASÓ AYER? III	EU	21
12	RETRATO ÍNTIMO	FRANCIA	3
13	TITANES DEL PACÍFICO	EU	56
14	12 HORAS PARA VIVIR	EU	3
15	FILLY BROWN	EU	3
16	LOS AMANTES PASAJEROS	ESPAÑA	1
17	LOS INFIELES	FRANCIA	1
18	CHICO Y RITA	ESPAÑA-INGLATERRA	1
19	EL PLANETA MÁS SOLITARIO	ALEMANIA	1
20	EL ROMANCE Y LA CULPA	JAPÓN	1
			478

22 DE AGOSTO DE 2013		PAÍS DE ORIGEN	No. de salas
1	EL GRAN TIBURÓN BLANCO	EU	1
2	TITÁNES DE LA ERA DE HIELO	EU	1
3	LOS PITUFOS	EU	45
4	GUERRA MUNDIAL Z	EU	2
5	MI VILLANO FAVORITO 2	EU	31
6	TURBO	EU	13
7	LADRONES DE LA FAMA	EU	3
8	SCARY MOVIE 5	EU	9
9	WOLVERINE INMORTAL	EU	41
10	EL LLANERO SOLITARIO	EU	5
11	TITANES DEL PACÍFICO	EU	3
12	MAI MORIRE	MÉXICO	1
13	EL NIÑO Y EL FUGITIVO	EU	8
14	LOS ILUSIONISTAS: NADA ES LO QUE PARECE	EU	42
15	PERCY JACKSON Y EL MAR DE LOS MONSTRUOS	EU	74
16	RED 2	EU	35
17	SON COMO NIÑOS 2	EU	58
18	MUERTE DE UN CICLISTA	ESPAÑA	1
19	HELI	MÉXICO	3
20	KICK ASS 2	EU	18
21	MEJOR... ¡NI ME CASO!	EU	30
22	MARTÍN AL AMANECER	MÉXICO	4
23	SANGRE, SUDOR Y GLORIA	EU	16
24	SPRING BREAKERS	EU	13
25	ALTO EN EL CAMINO	ALEMANIA	1
26	TO THE WONDERS: DEBERÁS AMAR	EU	3
			461

17 DE SEPTIEMBRE 2013		PAÍS DE ORIGEN	No. de salas
1	EL GRAN TIBURÓN BLANCO	EU	1
2	EL VUELO DE LAS MONARCAS	UK-EU-Canadá	1
3	LOS PITUFOS	EU	8
4	AVIONES	EU	81
5	DINOSAURIOS	EU-COREA DEL SUR	7
6	ONE DIRECTION	EU	11
7	APRENDICES FUERA DE LÍNEA	EU	41
8	ARMADOS Y PELIGROSOS	EU	37
9	LA LUCHA DE ANA	REP. DOMINICANA	1
10	CAZADORES DE SOMBRAS: CIUDAD DE HUESO	CANADÁ- ALEMANIA	36
11	EL CONJURO	EU	43
12	NO SÉ SI CORTARME LAS VENAS O DEJARMELAS LARGAS	MÉXICO	7
13	TITANES DEL PACÍFICO	EU	1
14	JURASSIK PARK	EU	1
15	ESPACIO INTERIOR	MÉXICO	12
16	LOS ILUSIONISTAS: NADA ES LO QUE PARECE	EU	1
17	LA CAÍDA DE LA CASA BLANCA	EU	53
18	CÉSAR DEBE MORIR	ITALIA	4
19	SON COMO NIÑOS 2	EU	33
20	DIENTE POR DIENTE	MÉXICO	1
21	LA CEBRA	MÉXICO	2
22	TÚ ERES EL PRÓXIMO	EU	14
23	¿QUIÉNES *&\$%! SON LOS MILLER?	EU	48
24	CHICAS ARMADAS Y PELIGROSAS	EU	37
25	FENÓMENO SINIESTRO 2	EU	4
26	EL LOBO SEDUCTOR	FRANCIA	1
27	EN LA CASA	FRANCIA	1
28	PASEANDO CON MOLIERE	FRANCIA	2
29	HOLY MOTORS: VIDAS EXTRAÑAS	FRANCIA- ALEMANIA	1
30	LOS INFIELES	FRANCIA	1
			491

13 DE OCTUBRE 2013		PAÍS DE ORIGEN	No. de salas
1	EL GRAN TIBURÓN BLANCO	EU	1
2	EL VUELO DE LAS MONARCAS	UK-EU-Canadá	1
3	EL MEDALLÓN PERDIDO: LAS AVENTURAS DE BILLY STONE	TAILANDIA	1
4	AVIONES	EU	17
5	DRAGON BALL Z	JAPÓN	25
6	LLUVIA DE HAMBURGUESAS 2	EU	55
7	APRENDICES FUERA DE LÍNEA	EU	5
8	¿Y SI VIVIERAMOS JUNTOS?	FRANCIA	4
9	APUESTA MÁXIMA	EU	33
10	LA NOCHE DEL DEMONIO 2	EU	46
11	TRAICIÓN AL LÍMITE	EU-FRANCIA	29
12	NO SÉ SI CORTARME LAS VENAS O DEJARMELAS LARGAS	MÉXICO	1
13	JOBS	EU	25
14	LA NOCHE DEL DEMONIO	EU	3
15	MUCHO RUIDO Y POCAS NUECES	EU	2
16	NO SE ACEPTAN DEVOLUCIONES	MÉXICO	42
17	LA CAÍDA DE LA CASA BLANCA	EU	2
18	R.I.P.D.: POLICÍA DEL MÁS ALLÁ	EU	28
19	SON COMO NIÑOS 2	EU	2
20	LOVELACE: GARGANTA PRODUNDA	EU	10
21	SOBRE ELLA	MÉXICO	2
22	KICK ASS 2	EU	1
23	¿QUIÉNES *&\$%! SON LOS MILLER?	EU	21
24	CHICAS ARMADAS Y PELIGROSAS	EU	4
25	ELYSIUM	EU	34
26	JUEGO DE NIÑOS	MÉXICO	7
27	METALLICA: THROUGH THE NEVER	EU	1
28	NOS VEMOS PAPÁ	MÉXICO	1
29	RUSH: PASIÓN Y GLORIA	EU	10
30	GOLPES DEL DESTINO	EU	1
31	LA CASTRACIÓN	MÉXICO	1
32	PATAS ARRIBA	VENEZUELA	1
			416

8 DE NOVIEMBRE 2013		PAÍS DE ORIGEN	No. de salas
1	EL GRAN TIBURÓN BLANCO	EU	1
2	EL VUELO DE LAS MONARCAS	UK-EU-Canadá	1
3	EL MEDALLÓN PERDIDO: LAS AVENTURAS DE BILLY STONE	TAILANDIA	1
4	AMOR A PRIMERA VISTA	México	44
5	FIN	España	5
6	LLUVIA DE HAMBURGUESAS 2	EU	28
7	ARMADOS Y PELIGROSOS	EU	1
8	¿Y SI VIVIERAMOS JUNTOS?	FRANCIA	1
9	APUESTA MÁXIMA	EU	1
10	LA NOCHE DEL DEMONIO 2	EU	21
11	CAMILLE CLAUDEL	FRANCIA	2
12	EL EDIFICIO	México	1
13	EXPERIMENTO PARANORMAL	EU	1
14	GRAVEDAD	EU	54
15	TERCERA LLAMADA	México	8
16	NO SE ACEPTAN DEVOLUCIONES	MÉXICO	26
17	THOR: UN MUNDO OSCURO	EU	102
18	AMORES PELIGROSOS	EU	10
19	EL FUEGO INOLVIDABLE	México	1
20	INTRIGA	EU	27
21	LA NOCHE DE LA EXPIACIÓN	EU	25
22	SOMOS LO QUE HAY	EU	3
23	¿QUIÉNES *&\$%! SON LOS MILLER?	EU	2
24	AMERICANO	FRANCIA	1
25	ELYSIUM	EU	2
26	ESPECTRO	México	19
27	LA PIEL DEL DESEO	Australia-Francia	3
28	RIDDICK: AMO DE LA OSCURIDAD	EU	12
29	RUSH: PASIÓN Y GLORIA	EU	1
30	UNA FAMILIA PELIGROSA	EU-Francia	13
31	UNA LOCA FAMILIA	EU-Australia	1
32	ANNA KARENINA	UK	1
33	LAS RAZONES DEL CORAZÓN	México-España	1
34	HALLEY	México	1
			421

4 DE DICIEMBRE 2013	País de origen	Número de Salas
1 EL GRAN TIBURÓN BLANCO	EU	1
2 El Vuelo de las Monarcas	UK-EU-Canadá	1
3 Metegol	Argentina	34
4 Santa y el Mono de Nueve	México	1
5 El Hada de los Dientes	Italia	11
6 LLUVIA DE HAMBURGUESAS 2	EU	1
7 No Quiero Dormir Sola	México	2
8 Capitán Phillips	EU	42
9 Una Segunda Oportunidad	EU	13
10 Amor a primera visa	México	30
11 El Mayordomo de la Casa Blanca	EU	9
12 Los Juegos del Hambre	EU	74
13 Thor	EU	37
14 Gravedad	EU/Reino Unido	2
15 6 Espíritus	EU	1
16 Carrie	EU	35
17 Cómo impedir una Boda	EU	4
18 El Abuelo Sinvergüenza	EU	23
19 El Abogado del Crimen	EU	13
20 El Quinto Poder	EU	1
21 Este es el fin	EU	10
22 Intriga	EU	7
23 La Noche de la Expiación	EU	1
24 Cellmates	EU	1
25 Marcelo	México	1
		355

30 DE DICIEMBRE 2013		País de origen	Número de Salas
1	Caminando con Dinosaurios	Reino Unido / EU	54
2	El Vuelo de las Monarcas	UK-EU-Canadá	1
3	Dos Pavos en Apuros	EU	2
4	El Último Arrecife	EU/Canadá/México	1
5	La Vida Increíble de Walter Mitty	EU	54
6	Frozen	EU	76
7	Lluvia de Hamburguesas 2	EU	1
8	Capitán Phillips	EU	9
9	Cuestión de Tiempo	UK	6
10	El Hobbit	Nueva Zelanda - EU	1
11	El Mayordomo de la Casa Blanca	EU	1
12	Los Juegos del Hambre	EU	24
13	Thor	EU	1
14	Último Viaje a las Vegas	EU	39
15	Una Familia Numerosa	EU	3
16	Deseo	México	8
17	Jazmin Azul	EU	17
18	El Abuelo Sinvergüenza	EU	12
19	El Pacto	EU	5
20	Plan de Escape	EU	6
21	Sólo Dios Perdona	Dinamarca/EU	1
			322

ANEXO 2

GUÍA DE PREGUNTAS

El 2013 ha sido un excelente año para el cine mexicano: cineastas mexicanos reconocidos en Cannes, triunfos en Hollywood, y lo que pareciera más difícil aún, conquistando al gran público en México.

El tema que atiendo en mi investigación de tesis es sobre la exhibición del cine mexicano. Esta entrevista pretende conocer su punto de vista sobre la problemática que planteo en mi tesis: que a pesar del volumen actual de producción de cine mexicano, no todos los filmes logran estrenarse en las salas de cine comercial, y cuando lo logran, no es en las condiciones óptimas.

- ¿Cómo impactan las políticas culturales a la exhibición del cine mexicano?
- ¿En qué medida la industria del cine (productores, directores, guionistas) se afecta o beneficia de estas políticas?
- ¿Qué papel desempeñan las leyes o reglamentos?
- ¿Qué opina de los estímulos a la exhibición?
- Las políticas culturales actuales en materia de cinematografía, ¿promueven el tipo de cine que el público de las salas de cine comercial quiere ver?
- Evaluando la desigualdad entre las películas mexicanas y norteamericanas, con respecto al tipo de estrenos que tienen en las salas de cine comercial, ¿deberían de seguir compitiendo en un libre mercado o buscar la protección del estado para mayor exhibición?
- Se estipula en la Ley de Cinematografía, que las exhibidoras tienen que cubrir con un 10% de sus pantallas para el cine mexicano. ¿Cree que si realmente se aplicará esta cuota, iría más público a ver películas mexicanas?
- ¿Qué es lo que hace que un espectador vaya al cine a ver una película mexicana?
- ¿Ese mismo factor propicia la recomendación?

- ¿Qué impresión tiene usted del público mexicano? ¿Qué va a ver al cine? ¿Qué le gusta?
- ¿Hay alguna medida que pueda tomar el Estado mexicano para ayudar a cambiar ese público?
- ¿Cree usted que las actuales políticas culturales están diseñadas para apoyar a la exhibición de películas mexicanas?
- ¿Qué impresión tiene de los cineastas mexicanos?
- ¿En qué sistema está basado el cine mexicano actual? (directores, actores, guionistas, etc.)
- El papel de las compañías de distribución mexicanas, ¿le parece acertado? ¿Hay camino que andar en este respecto?
- ¿Pesa más la calidad que la cantidad de una película, hablando del número de copias con el que se estrena un título?
- ¿Qué papel cree usted que deben de jugar las televisoras en la industria cinematográfica nacional?
- Las escuelas de cine, ¿qué tipo de cineastas forman? ¿qué enfoque tienen en cuanto al tipo de cine que producen?
- ¿Al público le importa lo que producen las escuelas? ¿A las escuelas les importa lo que quiere ver el público?
- ¿Qué cambios propondría (y en dónde) para que más mexicanos vieran cine mexicano?
- ¿Algún comentario adicional?

Gracias

ANEXO 3

TRANSCRIPCIÓN COMPLETA DE LAS ENTREVISTAS

ARTURO PÉREZ NAVARRO

Estudió Ciencias de la Comunicación en el ITESO, es cofundador de la compañía de distribución VENDO CINE. Colaborador de la agencia Associated Press. Jurado en diversos festivales de cine. Casado con la encargada del área de industria del Festival Internacional de Cine en Guadalajara.

Envíe la guía de la preguntas por vía electrónica y me contestó de la misma forma.

1. ¿Cómo impactan las políticas culturales a la exhibición del cine mexicano?

A.P. Hace falta una política que fomente y cuide dicha exhibición, y que lo haga de manera constante, como el apoyo anual del Estímulo a la promoción del Cine (EPROCINE)

2. ¿En qué medida la industria del cine (productores, directores, guionistas) se afecta o beneficia de estas políticas?

A.P. Se benefician los que aplican y acceden a dichas políticas, y un gran sector que las desconoce o no las obtiene debe enfrentar una competencia sumamente desfavorable.

3. ¿Qué papel desempeñan las leyes o reglamentos?

A.P. Uno muy importante en este momento, así como la demanda de como consumir cine está cambiando, las leyes y reglamentos deberían ser revisadas para que no se queden atrás.

4. ¿Qué opina de los estímulos a la exhibición?

A.P. Necesarios para la industria y para apuntalar la industria, sería bueno que se revisen y se otorguen bajo ciertas reglas que aseguren la seriedad de quien los pide, para asegurar su buen uso.

5. Las políticas culturales actuales en materia de cinematografía, ¿promueven el tipo de cine que el público de las salas de cine comercial quiere ver?

A.P. En teoría sí, de ahí la diferencia entre EFICINE Y FOPROCINE.

6. Evaluando la desigualdad entre las películas mexicanas y norteamericanas, con respecto al tipo de estrenos que tienen en las salas de cine comercial, ¿deberían de seguir compitiendo en un libre mercado o buscar la protección del estado para mayor exhibición?

A.P. Las dos, debe haber un apoyo del estado para generar industria y al mismo tiempo, las películas nacionales deben aprender a competir y crear estrategias que les permitan llevar más espectadores a las salas.

7. *Se estipula en la Ley de Cinematografía, que las exhibidoras tienen que cubrir con un 10% de sus pantallas para el cine mexicano. ¿Cree que si realmente se aplicará esta cuota, iría más público a ver películas mexicanas?*

A.P. Probablemente, eso sería un buen apoyo, sin dejar de lado que se debe hacer un estudio de donde se ven más las películas mexicanas y de hacer una labor para que la gente las conozca.

8. *¿Qué es lo que hace que un espectador vaya al cine a ver una película mexicana?*

A.P. El cine mexicano tiene su nicho, espectadores que consumen dicho cine, para que más gente se acerque, es necesario mostrar los casos de éxito y tener apoyos claros para el fomento del cine

9. *¿Ese mismo factor propicia la recomendación?*

A.P. En los casos de éxito sí.

10. *¿Qué impresión tiene usted del público mexicano? ¿Qué va a ver al cine? ¿Qué le gusta?*

A.P. Estadísticamente el drama, la comedia y las cintas de género, en otros casos películas que hablen de su idiosincracia, pero nada es seguro, ciertamente tendría que ser la calidad.

11. *¿Hay alguna medida que pueda tomar el Estado mexicano para ayudar a cambiar ese público?*

A.P. seguir con apoyos firmes y claros a la producción y fomento del cine.

12. *¿Cree usted que las actuales políticas culturales están diseñadas para apoyar a la exhibición de películas mexicanas?*

A.P. En el caso del EPROCINE se necesita que sea constante y que se revise para que sea eficaz.

13. *¿Qué impresión tiene de los cineastas mexicanos?*

A.P. Hay de distintos estilos, igual de distintas pretensiones, lo importante es la diversidad y en cada rubro se pueden encontrar buenos directores.

14. *¿En qué sistema está basado el cine mexicano actual? (directores, actores, guionistas, etc.)*

A.P. mayormente Directores, son pocos los actores que llevan pos si solos público a la sala, hace falta crear un starsystem.

15. *El papel de las compañías de distribución mexicanas, ¿le parece acertado? ¿Hay camino que andar en este respecto?*

A.P. Están las de siempre y luego una interesante gama de nuevas opciones, lo importante es la diversidad.

16. *¿Pesa más la calidad que la cantidad de una película, hablando del número de copias con el que se estrena un título?*

A.P. Depende de la película, cada una se debe analizar y determinar con detenimiento con cuantas copias es preferible que salga, si con más de 100 en toda la república o con menos de 30 con estrenos focalizados.

17. *¿Qué papel cree usted que deben de jugar las televisoras en la industria cinematográfica nacional?*

A.P. Uno importante, con mayor difusión.

18. *Las escuelas de cine, ¿qué tipo de cineastas forman? ¿qué enfoque tienen en cuanto al tipo de cine que producen?*

A.P. El CCC y el CUEC han dado buenos directores cada año, para un cine que es importante fomentar, que da prestigio en el mundo. El cine comercial viene con directores formados en otros lados, los dos son necesarios.

19. *¿Al público le importa lo que producen las escuelas? ¿A las escuelas les importa lo que quiere ver el público?*

A.P. debería de serlo, en ambos lados, no siempre sucede.

20. *¿Qué cambios propondría (y en dónde) para que más mexicanos vieran cine mexicano?*

A.P. Más pantallas, apoyos de producción y fomento bien estructurados para lograr los mejores resultados, más espacios de difusión en medios.

¿Algún comentario adicional?

A.P. Actualmente el cine mexicano vive un momento interesante, de crecimiento y es importante apoyarlo para que crezca en ese sentido.

DAVID LOZANO

Doctorado en Filosofía con especialidad en Administración (U.A.N.L.)
Maestría en Finanzas (U.A.N.L.)
Licenciatura en Administración Especialidad en Mercadotecnia (U.A.N.L.)
Diplomado en Producción Cinematográfica (Escuela de Cine de Monterrey)

Investigador de cine de la UANL, que ha desarrollado el denominado síndrome Lozano-Barragan. Varios de sus artículos fueron utilizados para el desarrollo de esta tesis.

1. ¿Cómo impactan las políticas culturales a la exhibición del cine mexicano?

D.L. Si se hace referencia a las políticas culturales emprendidas por el gobierno, me parece que, después de la aprobación del artículo 226 durante el sexenio 200-2006 en donde impactó de manera benéfica aumentando la producción, en la actualidad se ha quedado estancada. Se beneficia sólo a quienes logran acceder a créditos fiscales mediante grandes compañías. Por otro lado, los esfuerzos del gobierno para levantar una industria cinematográfica, fuera del 226, son insuficientes, con escaso financiamiento o sin metas u objetivos claros. Me parece que los casos de éxito que se menciona en los párrafos iniciales de esta encuesta, no son representativos, pues el éxito lo alcanzan no más de 5 películas.

Por otro lado, “Nosotros los Nobles” o “No se aceptan devoluciones”, han hecho un estupendo trabajo, nos guste o no, pues los ingresos en taquilla lo certifican. Por otro lado, me parece que serán parteaguas para la producción nacional, pues para lograr una industria fuerte, es el camino que en México se deberá seguir.

2. ¿En qué medida la industria del cine (productores, directores, guionistas) se afecta o beneficia de estas políticas?

D.L. Se beneficia, por un lado, pues ya algunos productores, sobre todo los que logran llegar a quienes toman decisiones dentro de las compañías estimuladoras, levantan sus proyectos. Por otro lado, se perjudica por la insuficiente, pues mucho talento no logra obtener estos financiamientos, ya sea por la 226 o por concursos del gobierno y parte del que logra obtener financiamiento público emprende proyectos, que desde el “papel”, auguran fracasos en taquilla debido a lo poco atractivo, elemento que, pareciera, no se toma en cuenta de manera real, objetiva o como indicador de máximo peso, al momento de calificar los proyectos.

3. ¿Qué papel desempeñan las leyes o reglamentos?

D.L. Son los que regulan los proyectos y a los cineastas más el exceso de éstos (leyes y reglamentos) refleja una falta de visión por parte del gobierno de “Qué es lo que pretende hacer verdaderamente con la industria cinematográfica”.

4. ¿Qué opina de los estímulos a la exhibición?

D.L. Me parece que la intención es buena, pero no correcta. Al fijar cuotas o estímulos a los exhibidores, los productores pudieran sentirse seguros que sus películas llegaran a la pantalla, sin siquiera, en algunos casos, haber considerado al mercado (espectadores) en cuanto a sus necesidades de entretenimiento y cultura y así el

productor mexicano no tendrá que entrar en un círculo de mejora continua, pues sus cuotas de exhibición estarán aseguradas.

5. Las políticas culturales actuales en materia de cinematografía, ¿promueven el tipo de cine que el público de las salas de cine comercial quiere ver?

D.L. No. En “Nosotros los Nobles” o “No se Aceptan Devoluciones” son los productores los que piensan en el público. Las políticas del gobierno, simple y sencillamente, no contemplan a un espectador deseoso de divertirse en el cine.

6. Evaluando la desigualdad entre las películas mexicanas y norteamericanas, con respecto al tipo de estrenos que tienen en las salas de cine comercial, ¿deberían de seguir compitiendo en un libre mercado o buscar la protección del estado para mayor exhibición?

D.L. Lo más importante de una película es la historia. De hecho, D. Lozano, J. Barragán, S. Guerra & E. Treviño han emprendido múltiples estudios científicos que comprueban que ningún factor mercadológico (actores, efectos, publicidad, etc.) son determinantes para que un espectador adquiera un boleto en taquilla. Es más bien, la tensión generada por una película la que determinará la compra, elemento comprendido como un factor narrativo y no mercadológico. Es decir, la necesidad de los espectadores que ver historias que los entretenga y los haga sentir emociones.

7. Se estipula en la Ley de Cinematografía, que las exhibidoras tienen que cubrir con un 10% de sus pantallas para el cine mexicano. ¿Cree que si realmente se aplicará esta cuota, iría más público a ver películas mexicanas?

D.L. No. Si no son buenas, la gente no irá. En economía, el mercado es el que manda y la industria del cine debe entenderse como parte (y en el caso de México) fundamental del buen funcionamiento de las ciencias económicas. A nadie nos pueden obligar a comprar un producto que no queremos.

8. ¿Qué es lo que hace que un espectador vaya al cine a ver una película mexicana?

D.L. Sus necesidades de entretenimiento, específicamente, la tensión como elemento narrativo y factor causal de éxito.

Te dejo un par de artículos que te pudieran servir:

http://www.web.facpya.uanl.mx/rev_in/Revistas/9.2/A5.pdf

http://www.web.facpya.uanl.mx/rev_in/Revistas/9.1/A4.pdf

9. ¿Ese mismo factor propicia la recomendación?

D.L. Sí, la mejor publicidad es la de boca en boca. Tomás de Aquino, en “Suma Contra los Gentiles” establece que el ser humano es bueno por naturaleza y que desea compartir el bien con los demás. Por lo tanto, según este filósofo, pudiéramos decir que cuando una película nos provoca las emociones que buscábamos como espectador, queremos que los demás sientan lo mismo, siendo así lo que genera la recomendación.

10. ¿Qué impresión tiene usted del público mexicano? ¿Qué va a ver al cine? ¿Qué le gusta?

D.L. Es un público deseoso de divertirse, así es el mexicano. Es muy parecido, en el sentido cinematográfico, al estadounidense. Me parece que es muy inteligente al

momento de adquirir un boleto y prueba está que grandes producciones hollywoodense han fracasado por sus malas historias.

Los géneros de mayor audiencia en México, según la Cinépolis, son la acción, el suspenso y la comedia; por lo tanto podemos establecer que sus gustos rondan por las historias que les hacen sentir intriga, sensación de justicia y alegría.

11. ¿Hay alguna medida que pueda tomar el Estado mexicano para ayudar a cambiar ese público?

D.L. No. El mercado manda no el gobierno.

12. ¿Cree usted que las actuales políticas culturales están diseñadas para apoyar a la exhibición de películas mexicanas?

D.L. No. Si ninguna política toma en cuenta las necesidades del consumidor, va a ser un fracaso. Otro esfuerzo por lograr mayor exhibición, no será un esfuerzo real, inteligente, científico y ni siquiera, artístico; pues el artista vive del público.

13. ¿Qué impresión tiene de los cineastas mexicanos?

D.L. Encontrado. Algunos quieren realmente sacar la industria adelante haciendo productos que los consumidores quieren y además haciendo valer sus necesidades artísticas. Es decir, llevan su mensaje pero de una manera que el espectador quiere ver.

Por otro lado, algunos caen en el Síndrome Lozano-Barragán, es decir culpan a los espectadores de los fracasos en taquilla, argumentando que el público mexicano es ignorante e inculto y no saben de cine ni de arte. Se vuelven soberbios al tachar al cine taquillero de superficial y hueco cuando más bien deberían realizar un benchmarking de lo bueno y adaptarlo a sus proyectos y eliminar o evitar lo que no funciona.

14. ¿En qué sistema está basado el cine mexicano actual? (directores, actores, guionistas, etc.)

D.L. En su mayoría bajo un modelo clásico. Por otro lado, los directores no tienen un contrapeso real, es decir, no tienen productores que hagan contrapeso y que vean al cine como un producto de consumo; siendo así el cine, únicamente, un producto cultural.

15. El papel de las compañías de distribución mexicanas, ¿le parece acertado? ¿Hay camino que andar en este respecto?

D.L. Sí, creo que están haciendo un buen papel. Por otro lado, por supuesto que pueden mejorar, en cuando a enfocar sus distribuciones mexicanas a lo comercial (en lo particular).

16. ¿Pesa más la calidad que la cantidad de una película, hablando del número de copias con el que se estrena un título?

D.L. Pesa más la calidad pues la primera genera la segunda.

17. ¿Qué papel cree usted que deben de jugar las televisoras en la industria cinematográfica nacional?

D.L. Direccionar más recursos para convertirse en productoras y distribuidoras.

18. Las escuelas de cine, ¿qué tipo de cineastas forman? ¿qué enfoque tienen en cuanto al tipo de cine que producen?

D.L. Me parece que la mayoría tienen un enfoque netamente artístico. En las escuelas prácticamente no se ven clases de mercadotecnia, finanzas, administración de empresas, negocios o economía.

19. ¿Al público le importa lo que producen las escuelas? ¿A las escuelas les importa lo que quiere ver el público?

D.L. En parte, asistiendo a festivales y screenings.

Lamentablemente, muchas escuelas no piensan en lo que quisieran ver los espectadores, pues toman en cuenta factores como la fotografía o el arte como los más importantes y no la historia.

20. ¿Qué cambios propondría (y en dónde) para que más mexicanos vieran cine mexicano?

D.L. Pudiera ser una mayor publicidad para que estén dispuestos a ver películas en español; aunque me parece todavía, que si los mexicanos quieren ver películas en inglés, pues que los productores nacionales las hagan en este idioma.

¿Algún comentario adicional?

D.L. Me invitas a tu examen. Suerte.

EDUARDO LUCATERO

Su primer largometraje, “Corazón Marchito”, se estrenó con éxito en México y Estados Unidos. Mientras que “Preludio” fue seleccionado en diversos festivales internacionales y obtuvo el premio al Mejor Largometraje Mexicano en el Festival Internacional de Cine de Monterrey. Tiene también un documental producido en la región de Quebec, llamado “Les Vivants” (Los Vivos). Actualmente se encuentra produciendo el documental “Record Mundial”.

Contestó esta guía de pregunta vía electrónica.

1. ¿Cómo impactan las políticas culturales a la exhibición del cine mexicano?

E.L. En realidad no lo afectan. Siento que el tener cuotas de exhibición es una idea romántica pero en realidad no sirve de mucho; desafortunadamente el grueso de la población (mexicana y de el resto del mundo) aún prefieren ver películas como *Piratas del Caribe 16* en lugar de *Luz Silenciosa*. Forzar a exhibidores a programar *Luz Silenciosa* sería absurdo, porque no hay el suficiente público interesado en verla para estar en la misma cantidad de salas que *Harry Potter*. La política que realmente ayudaría a la exhibición sería asignar cierto presupuesto (para las películas que lo pidieran y cumplieran ciertos requisitos) para un lanzamiento decoroso (buena parte de los espectadores NO ven cine mexicano porque el 80 % de los posters de las películas mexicanas son horribles (independientemente de su calidad).

2. ¿En qué medida la industria del cine (productores, directores, guionistas) se afecta o beneficia de estas políticas?

E.L. Las políticas culturales actuales ayudan a productores, a pocos directores y no ayudan en nada a los guionistas. Tales políticas deberían estar encaminadas a que guionistas pudieran tener acceso a mayores recursos para poder dedicarse de lleno a escribir, y para apoyar proyectos que no tendrían cabida dentro de la industria tradicional, pero con cierto límite (es increíble –e injusto- que Ripstein y Cazals sigan filmando usando recursos públicos cuando es más que evidente que prácticamente no existen espectadores interesados en su cine).

3. ¿Qué papel desempeñan las leyes o reglamentos?

E.L. Lo ideal sería que las leyes y reglamentos estimularan más producción en más áreas del país y ayudaran a evitar la corrupción.

4. ¿Qué opina de los estímulos a la exhibición?

E.L. No sé cómo funcionan, pero en principio, no creo que se deba ayudar a los exhibidores (son quienes se llevan el mayor porcentaje de cada peso que entra y son quienes menos participan en el proceso). Si las películas mexicanas resultan atractivas para el exhibidor, las van a exhibir, pero para eso se necesita un buen trabajo (desde el guión hasta los antes mencionados pósters).

5. Las políticas culturales actuales en materia de cinematografía, ¿promueven el tipo de cine que el público de las salas de cine comercial quiere ver?

E.L. No, por lo general promueven un tipo de cine elitista que el grueso de la población evita. Gracias a esos apoyos se ha logrado que muchos cineastas hagan su primera película (me incluyo), pero frecuentemente en México el problema es hacer la segunda o la tercera. Lo interesante sería que hubiera una infraestructura que permitiera

desarrollar proyectos que fueran llamativos para el público pero que tuvieran como base la expresión artística.

6. Evaluando la desigualdad entre las películas mexicanas y norteamericanas, con respecto al tipo de estrenos que tienen en las salas de cine comercial, ¿deberían de seguir compitiendo en un libre mercado o buscar la protección del estado para mayor exhibición?

E.L. Insisto, ese apoyo debería de darse durante el desarrollo de los proyectos. No se puede obligar a la gente a ver algo que no quiere. Sería extraordinario que de las veinte salas que tienen en promedio los complejos, la mitad fueran dedicadas al cine mexicano (y al cine de calidad internacional). Pero siendo realistas, si un complejo exhibe Spider Man, Dogtooth, Blancanieves y Mezcal, la gente va a ir a ver Spider Man. Ese apoyo puede dedicarse a apoyar exhibiciones en universidades y festivales, para ir creando un público que en diez años prefiera ver Dogtooth que Spiderman.

7. Se estipula en la Ley de Cinematografía, que las exhibidoras tienen que cubrir con un 10% de sus pantallas para el cine mexicano. ¿Cree que si realmente se aplicará esta cuota, iría más público a ver películas mexicanas?

E.L. No.

8. ¿Qué es lo que hace que un espectador vaya al cine a ver una película mexicana?

E.L. Que escuche buenos comentarios de ella, que tenga actores reconocidos, que no se vea como telenovela pero que no se sienta como que están tratando de hacer el cine de Hollywood con tres pesos.

9. ¿Ese mismo factor propicia la recomendación?

E.L. Sí, todos los éxitos del cine mexicano, desde Como agua para chocolate hasta Nosotros los nobles, se han basado en un muy buen “boca a boca”.

10. ¿Qué impresión tiene usted del público mexicano? ¿Qué va a ver al cine? ¿Qué le gusta?

E.L. El público mexicano se comporta exactamente igual que el público alemán, italiano o canadiense; hay un grupo de gente dispuesta a atacar las producciones locales, sean como sean, la mayoría ve por default el cine de Hollywood, pero están dispuestos a ver algo diferente si han escuchado los suficientes buenos comentarios. Creo que ha aumentado enormemente el público que está dispuesto a ver cine mexicano.

11. ¿Hay alguna medida que pueda tomar el Estado mexicano para ayudar a cambiar ese público?

E.L. Educar al público desde joven. Eso se logra con apoyo a festivales y muestras, y apoyo a los jóvenes para que vean otras cosas (becas, por ejemplo, para ver el cine que se está haciendo en Corea o Grecia, completamente diferente y por eso está atrayendo a muchos espectadores locales).

12. ¿Cree usted que las actuales políticas culturales están diseñadas para apoyar a la exhibición de películas mexicanas?

E.L. No, no creo que haya siquiera una visión clara de eso. El apoyo a veces se limita a hacer un comunicado de prensa...

13. ¿Qué impresión tiene de los cineastas mexicanos?

E.L. Creo que hay de todo, pero siento que muchos colegas se han estancado en contar las mismas historias de la misma forma... Irse al lugar más feo, a rodar las historias más truculentas... Durante mucho tiempo, ha habido en México dos escuelas de pensamiento: una cree que Hollywood es un monstruo de siete cabezas al que sólo se le puede vencer compitiendo en la misma cancha e intentando hacer películas del mismo tipo.... La otra, cree que Hollywood es un monstruo de siete cabezas al que sólo se le puede vencer haciendo cosas personales, completamente diferentes, que el público (por arte de magia) va a querer ver. Y el resultado de ambas escuelas de pensamiento son esas cosas terribles perfectamente olvidables (algunas de ellas incluso con premios internacionales).

A fin de cuentas, la mayoría de las películas que triunfan son las que están a medio camino.

14. *¿En qué sistema está basado el cine mexicano actual? (directores, actores, guionistas, etc.)*

E.L. (Ver respuesta anterior)

15. *El papel de las compañías de distribución mexicanas, ¿le parece acertado? ¿Hay camino que andar en este respecto?*

E.L. Hay mucho camino por andar. Las distribuidoras son un negocio y quieren exhibir películas que resulten rentables; pero a veces ellas mismas den trato preferencial a películas de no necesitan apoyo, en perjuicio de otras que podrían funcionar con un poco de esfuerzo.

16. *¿Pesa más la calidad que la cantidad de una película, hablando del número de copias con el que se estrena un título?*

E.L. Los espectadores que realmente quieren ver una película se van a trasladar al cine que la esté exhibiendo en su ciudad; es obvio que una película que se estrena en mil salas va a hacer algo de dinero, pero si el público al que una película va dirigida está enterado que se está exhibiendo, puede mantenerse en cartelera mucho tiempo.

17. *¿Qué papel cree usted que deben de jugar las televisoras en la industria cinematográfica nacional?*

E.L. Sería ideal que por ley tuvieran que dedicarle un pequeño porcentaje de sus recursos al cine, como ocurre en Francia, España e Italia. No se puede obligar a exhibidoras o distribuidoras a exhibir cierto tipo de cine, pero si se puede legislar apoyo de las televisoras al cine pues éstas son concesiones.

18. *Las escuelas de cine, ¿qué tipo de cineastas forman? ¿qué enfoque tienen en cuanto al tipo de cine que producen?*

19. *¿Al público le importa lo que producen las escuelas? ¿A las escuelas les importa lo que quiere ver el público?*

E.L. Los estudiantes de cine (en México y en todo el mundo), tienden a pensar que la visión artística es el aspecto más importante de la realización cinematográfica; lo cual tiene enormes ventajas y bastantes inconvenientes. Pocas son las escuelas de cine

que recuerdan a los estudiantes que deben tener muy claro qué clase de público irán dirigidas sus cintas. Es frecuente que si un estudiante manifiesta que quiera tener éxito, de inmediato sus compañeros lo etiqueten como vendido o poco sofisticado.

20. ¿Qué cambios propondría (y en dónde) para que más mexicanos vieran cine mexicano?

E.L. Como menciono antes, un lanzamiento bien pensado, en el que el público al que va dirigida la película esté enterado que esta se va a estrenar y sabe qué tipo de película va a ver, puede hacer maravillas.

Incentivos fiscales y medidas como el “peso en taquilla”, impuestos a descargas de películas por internet, uso de recursos de la lotería nacional, asegurarse de que los recursos públicos que se asignen al cine se usen en eso y no se “pierdan”, apoyo a festivales y muestras de cine mexicano, etc...

¿Algún comentario adicional?

GILBERTO PÉREZ

Gerente de Cinemagic Molinete.

Pequeña cadena de cines con matriz en Ciudad de México, tiene 11 complejos en varias ciudades del país. En Monterrey tiene un complejo en Guadalupe con sus límites con Juárez. El complejo tiene 8 salas y programan películas de circuito comercial y algunas películas que llegan sólo a la ciudad gracias a ellos.

La entrevista se realizó en las instalaciones de Cinemagic Molinete, en una pequeña antesala antes de entrar a las salas de cine. Un domingo por la tarde.

1. ¿Cómo impactan las políticas culturales a la exhibición del cine mexicano?

G.P. Son los productores que se mueven para que la película se pase en “x” o “y” cine.

2. ¿En qué medida la industria del cine (productores, directores, guionistas) se afecta o beneficia de estas políticas?

G.P. No hay un apoyo de gobierno, no hay impacto.

3. ¿Qué papel desempeñan las leyes o reglamentos?

G.P. Desconozco.

4. ¿Qué opina de los estímulos a la exhibición?

G.P. Debería de haber un impulso para que se haya más exposición del talento nacional.

5. Las políticas culturales actuales en materia de cinematografía, ¿promueven el tipo de cine que el público de las salas de cine comercial quiere ver?

G.P. Todo depende de en qué cine se programen las películas, hay público para todo, el chiste es saber en qué cine programarlas.

6. Evaluando la desigualdad entre las películas mexicanas y norteamericanas, con respecto al tipo de estrenos que tienen en las salas de cine comercial, ¿deberían de seguir compitiendo en un libre mercado o buscar la protección del estado para mayor exhibición?

G.P. El gobierno debería de hacer algo. Pero la verdad es que son cosas muy diferentes, aquí en esta parte, creo yo que no hay un apoyo y pues esas películas (las de Hollywood) vienen con una infraestructura muy grande, a veces son un churro y nos llegan igual.

7. Se estipula en la Ley de Cinematografía, que las exhibidoras tienen que cubrir con un 10% de sus pantallas para el cine mexicano. ¿Cree que si realmente se aplicará esta cuota, iría más público a ver películas mexicanas?

G.P. Sí, así estaría más en el arraigo del público.

8. ¿Qué es lo que hace que un espectador vaya al cine a ver una película mexicana?

G.P. Mucho tiene que ver el protagonista, la función y la publicidad. Ahí está el caso de Derbez que es un ícono en la televisión, y la publicidad que bombardean en Facebook y en todos lados.

9. ¿Ese mismo factor propicia la recomendación?

G.P. Sí, de cierta manera sí. De hecho se esperaba que con esta última película de Omar Chaparro y Jaime Camil (Amor a Primera Vista), de que jalara igual, pero no fue el mismo resultado. Mucho tenía que ver ahí el resultado.

10. *¿Qué impresión tiene usted del público mexicano? ¿Qué va a ver al cine? ¿Qué le gusta?*

G.P. Género: comedia, terror y acción.

11. *¿Hay alguna medida que pueda tomar el Estado mexicano para ayudar a cambiar ese público?*

G.P. Sí, sería genial para generar una cultura del cine.

12. *¿Cree usted que las actuales políticas culturales están diseñadas para apoyar a la exhibición de películas mexicanas?*

G.P. No, y si lo hay es insuficiente

13. *¿Qué impresión tiene de los cineastas mexicanos?*

G.P. De que la mayoría se fuga al extranjero.

14. *¿En qué sistema está basado el cine mexicano actual? (directores, actores, guionistas, etc.)*

G.P. Los actores

15. *El papel de las compañías de distribución mexicanas, ¿le parece acertado? ¿Hay camino que andar en este respecto?*

G.P. Hay unas que lo hacen muy bien y hay otras que no.

16. *¿Pesa más la calidad que la cantidad de una película, hablando del número de copias con el que se estrena un título?*

G.P. La cantidad

17. *¿Qué papel cree usted que deben de jugar las televisoras en la industria cinematográfica nacional?*

G.P. --

18. *Las escuelas de cine, ¿qué tipo de cineastas forman? ¿qué enfoque tienen en cuanto al tipo de cine que producen?*

--

19. *¿Al público le importa lo que producen las escuelas? ¿A las escuelas les importa lo que quiere ver el público?*

--

20. *¿Qué cambios propondría (y en dónde) para que más mexicanos vieran cine mexicano?*

G.P. Un apoyo más fuerte por parte de estado y que el gobierno impulse una cultura del cine. Que regale cortesías o que hagan alguna promoción.

¿Algún comentario adicional?

JOSÉ LUIS SOLIS

Se ha destacado profesionalmente como artista interdisciplinario: director teatral y cinematográfico, escritor, guionista, productor, fotógrafo y promotor cultural, a la par de su desarrollo académico en las áreas de arte, literatura, ciencias sociales y comunicación. Se especializa en teatro y cine en Tulane University y en la Universidad de California en Berkeley. Ha obtenido numerosas becas de desarrollo artístico a nivel nacional e internacional, ganando en dos ocasiones la prestigiosa beca del Sistema Nacional de Jóvenes Creadores del Fondo Nacional para la Cultura y las Artes de México, en las áreas de puesta en escena y guión cinematográfico. Su primer cortometraje profesional "MAÑANA, Sí" fue selección oficial de los festivales internacionales de Montreal, Los Ángeles, Huelva, Cartagena, San Antonio, Monterrey y Puebla, posteriormente su primera producción en 35mm "LOS AMOROSOS" fue becada por el Instituto Mexicano de Cinematografía y se presentó en 26 festivales internacionales. En el 2003 el guión de largometraje de su autoría "El Mejor de los Mundos Imposibles" recibió el premio para el desarrollo de proyectos de filmación del PROMOCINE-CONARTE. Tres de sus guiones de cortometraje han obtenido apoyos para la producción, en el 2006 resultó ganador del III Concurso de Guiones de cortometraje convocado por la SOGEM-CONARTE y durante el 2008 recibió la beca del Centro de Escritores para desarrollar el guión de largometraje "Alcatraz Reservation". En 2011 obtuvo el primer lugar en el 10 Concurso nacional de Guión. Ha publicado tres libros del quehacer guionístico: "Las Bicicletas: un guión de largometraje" (CONACULTA-CONARTE. 2005), "Vislumbrar la nada: guionistas de cortometraje en Nuevo León y su testimonio de lo Intangible" (CONACULTA-CONARTE. 2007) y junto a Eduardo Antonio Parra y Mario Núñez "La Vida Real: transformación de tres cuentos en guiones cinematográficos" (UANL. 2008).

Actualmente se desarrolla como director de las carreras de Letras, Sociología y Filosofía en la Universidad de Monterrey.

La entrevista se realizó en su oficina en la UDEM. Un jueves lluvioso de noviembre a medio día.

1. ¿Cómo impactan las políticas culturales a la exhibición del cine mexicano?

J.S. Es multimodal. No creo que existan políticas administrativas a la institución de lo que es el consumo de cine mexicano, puede haber políticas culturales de producción de cine mexicano, pero los últimos esfuerzos de tratar de incentivar la producción pues van encaminados nuevamente a festivales. No son verdaderas políticas culturales de desarrollo de público de consumo de cine. Existe más un énfasis en mecanismos de producción de cine, sin importarme si se ve o no se ve ese cine.

2. ¿En qué medida la industria del cine (productores, directores, guionistas) se afecta o beneficia de estas políticas?

J.S. Yo creo que no se benefician en lo más mínimo. Todo va encaminado al dictado de la exhibición. Mientras no cambie la estructura de cómo se divide el ingreso en taquilla, somos una bola de románticos e idealistas desprotegidos. Y como quiera se sigue haciendo cine. Que prisa tiene el gobierno por cambiarlo.

3. ¿Qué papel desempeñan las leyes o reglamentos?

J.S. Beneficiar un mercado de consumo, sin importar que se consuma el cine nacional o tomar el cine como una situación de desarrollo. Acabamos de ver el proyecto de presupuesto, que reduce una cantidad importante a la cultura. ¿Cuántos cineastas de arte van a hacer una película que ataque al gobierno, sin importar a cual?

La historia más triste de una política cultural (y no es política cultural, es una política administrativa) es la situación del peso en taquilla. Donde se ve el pulso de las mayors. Ahí me enteré que la MPAA está en Washington no en Hollywood. Y hay países que se han sabido defender contra esto. Francia e India han sabido defender sus cinematografías.

4. ¿Qué opina de los estímulos a la exhibición?

J.S. Para entrar y poder exhibir, necesito tener una historia de exhibiciones. Con políticas neoliberales. Son escasos los estímulos en realidad.

5. Las políticas culturales actuales en materia de cinematografía, ¿promueven el tipo de cine que el público de las salas de cine comercial quiere ver?

J.S. No. No vamos a engañarnos, la gente no ve las películas que quiere ver, ve lo que las distribuidoras y las exhibidoras quieren que vean. Y lo que un mecanismo muy fuerte televisivo, quiere que tu veas, a través de los actores que ellos tienen, en sus telenovelas, para apoyar las películas que ellos salen en las mismas. En ese sentido, el negocio sería perfecto, que las mayors tuvieran sus propias salas de cine.

TV Azteca y Televisa ganan una cantidad impresionante de proyectos con la (Ley) 226 (del ISR de la SHCP), bajo diferentes razones sociales. Sus películas son de extensión fiscal, yo la promuevo con mis actores. La promuevo en mis canales de publicidad. Si esas empresas tuvieran salas de cine el negocio sería redondo.

6. Evaluando la desigualdad entre las películas mexicanas y norteamericanas, con respecto al tipo de estrenos que tienen en las salas de cine comercial, ¿deberían de seguir compitiendo en un libre mercado o buscar la protección del estado para mayor exhibición?

J.S. Es que estamos en problemas. Nuevamente llegamos al paradigma del proteccionismo o lo neoliberal. Ese es un problema grandísimo. La situación aquí es ¿cuál es la verdadera política cultural para que consumamos otro tipo de cine? Juguemos a una situación hipotética. Si ganas Cannes, se ejerce presión para que las exhibidoras programen esa película ganadora más tiempo. ¿Y eso de qué sirve? Si la gente que puede entender ese cine es mínima. O la gente que no lo entiende, la va a ir a ver y va a salir: ¡qué espanto!, ¡no quiero volver a ver cine mexicano en mi vida! Tenemos una situación súper contrastada en la actualidad en nuestra industria. Esa polarización es un fenómeno interesante, frustrante e incluso absurdo.

7. Se estipula en la Ley de Cinematografía, que las exhibidoras tienen que cubrir con un 10% de sus pantallas para el cine mexicano. ¿Cree que si realmente se aplicará esta cuota, iría más público a ver películas mexicanas?

J.S. No lo creo. En lo más mínimo. No están los mecanismos diseñados para eso. El que hace lo más caro, está maniatado a los designios de quién le exhibe y quién decide con cuántas copias se estrena.

8. ¿Qué es lo que hace que un espectador vaya al cine a ver una película mexicana?

J.S. Es que hay tantos tipos de espectadores. Yo creo que la mayoría de gente que consume cine en México, es por la estrella en pantalla. Y la gran minoría que consume cine independiente y artístico es por que gana un premio.

9. *¿Ese mismo factor propicia la recomendación?*

J.S. para la minoría sí. El starsystem. Sí.

10. *¿Qué impresión tiene usted del público mexicano? ¿Qué va a ver al cine? ¿Qué le gusta?*

J.S. A la mayoría le gusta el entretenimiento, ir a disuadirse. Le molesta mucho no entender algo, es como si te escupieran en la cara. A quién le gusta que te digan que eres un estúpido.

11. *¿Hay alguna medida que pueda tomar el Estado mexicano para ayudar a cambiar ese público?*

J.S. No, al gobierno le resulta excelentemente bien que sea un público novelero. Como muerdes la mano que te da de comer. No le conviene al gobierno lo más mínimo. Para ellos es dinero desperdiciado y que me vas a agredir. Las empresas tiene derecho a programar lo que ellos quieran, por que sino sería un estado totalitario.

12. *¿Cree usted que las actuales políticas culturales están diseñadas para apoyar a la exhibición de películas mexicanas?*

J.S. NO. Están diseñadas para producir cine mexicano.

13. *¿Qué impresión tiene de los cineastas mexicanos?*

J.S. Estamos en un momento único, de estudio, de polarización. Con Cineastas como Kenya Marquez y Bernardo Arellano ganando más de 20 premios internacionales. Y el fenómeno de Nosotros los Nobles y No se Aceptan Devoluciones arrasando en taquilla. Entonces el cineasta mexicano no está haciendo cine para México. Está haciendo cine para que recibir reconocimiento.

14. *¿En qué sistema está basado el cine mexicano actual? (directores, actores, guionistas, etc.)*

J.S. Es un cine de directores, de realizadores, productores, guionistas, directores. Pero los apoyos están diseñados para satisfacer a artistas.

15. *El papel de las compañías de distribución mexicanas, ¿le parece acertado? ¿Hay camino que andar en este respecto?*

J.S. La distribución en el cine, es para el cineasta, pero ya cada vez la tendencia es el consumo por internet, que eso también esta elitizado. La distribución es un negocio. Y es un negocio donde lo que yo lo distribuya, no te lo pago a como te costo. Es un producto caro con una vida tan corto. Entonces la distribuidora dice, te distribuyo así y si no te gusta, ve a buscar a otro que te distribuya.

16. *¿Pesa más la calidad que la cantidad de una película, hablando del número de copias con el que se estrena un título?*

J.S. De acuerdo a Cannes, "Heli" tiene mucha calidad. Puedes estrenar esa película con 400 copias y no va a servir de nada. De acuerdo a José Luis Solis, "No se aceptan devoluciones" no tiene calidad y ya ves el fenómeno.

17. *¿Qué papel cree usted que deben de jugar las televisoras en la industria cinematográfica nacional?*

J.S. Para mí es nodal. Lo que hace España es importantísimo. Esos son mecanismos más inteligentes de generar público y generar cultura cinematográfica, el gran problema es que pongan que hace cine a generar políticas.

18. Las escuelas de cine, ¿qué tipo de cineastas forman? ¿qué enfoque tienen en cuanto al tipo de cine que producen?

J.S. (En el caso de la carrera de cine en la UDEM) o nos convertimos en el nuevo Austin o qué va a suceder. Estarán en un esquema de enseñarles negocios y qué quieres hacer ¿Cine comercial, cine de autor, series de televisión?. Eso se va a ir viendo.

En la escuela vamos a enseñar sin dogmas. En el CCC y CUEC son de cine artístico.

19. ¿Al público le importa lo que producen las escuelas? ¿A las escuelas les importa lo que quiere ver el público?

J.S. Pregunta fuera de un Cinépolis y pregunta fuera del Festival de Cine de Guanajuato ¿cuántas operas primas del CUEC han visto? Y ve qué sucede. Es muy raro que la gente sepa de dónde vienen las películas mexicanas.

20. ¿Qué cambios propondría (y en dónde) para que más mexicanos vieran cine mexicano?

J.S. Coercitivo televisoras. Que las televisoras nos publiciten. Si te doy el ancho de banda, así como a los partidos les das un tiempo. Igual darle espacio al cine mexicano.

¿Algún comentario adicional?

JOSÉ LUIS SOLIS

Se ha destacado profesionalmente como artista interdisciplinario: director teatral y cinematográfico, escritor, guionista, productor, fotógrafo y promotor cultural, a la par de su desarrollo académico en las áreas de arte, literatura, ciencias sociales y comunicación. Se especializa en teatro y cine en Tulane University y en la Universidad de California en Berkeley. Ha obtenido numerosas becas de desarrollo artístico a nivel nacional e internacional, ganando en dos ocasiones la prestigiosa beca del Sistema Nacional de Jóvenes Creadores del Fondo Nacional para la Cultura y las Artes de México, en las áreas de puesta en escena y guión cinematográfico. Su primer cortometraje profesional "MAÑANA, Sí" fue selección oficial de los festivales internacionales de Montreal, Los Ángeles, Huelva, Cartagena, San Antonio, Monterrey y Puebla, posteriormente su primera producción en 35mm "LOS AMOROSOS" fue becada por el Instituto Mexicano de Cinematografía y se presentó en 26 festivales internacionales. En el 2003 el guión de largometraje de su autoría "El Mejor de los Mundos Imposibles" recibió el premio para el desarrollo de proyectos de filmación del PROMOCINE-CONARTE. Tres de sus guiones de cortometraje han obtenido apoyos para la producción, en el 2006 resultó ganador del III Concurso de Guiones de cortometraje convocado por la SOGEM-CONARTE y durante el 2008 recibió la beca del Centro de Escritores para desarrollar el guión de largometraje "*Alcatraz Reservation*". En 2011 obtuvo el primer lugar en el 10 Concurso nacional de Guión. Ha publicado tres libros del quehacer guionístico: "Las Bicicletas: un guión de largometraje" (CONACULTA-CONARTE. 2005), "Vislumbrar la nada: guionistas de cortometraje en Nuevo León y su testimonio de lo Intangible" (CONACULTA-CONARTE. 2007) y junto a Eduardo Antonio Parra y Mario Núñez "La Vida Real: transformación de tres cuentos en guiones cinematográficos" (UANL. 2008).

Actualmente se desarrolla como director de las carreras de Letras, Sociología y Filosofía en la Universidad de Monterrey.

La entrevista se realizó en su oficina en la UDEM. Un jueves lluvioso de noviembre a medio día.

1. ¿Cómo impactan las políticas culturales a la exhibición del cine mexicano?

J.S. Es multimodal. No creo que existan políticas administrativas a la institución de lo que es el consumo de cine mexicano, puede haber políticas culturales de producción de cine mexicano, pero los últimos esfuerzos de tratar de incentivar la producción pues van encaminados nuevamente a festivales. No son verdaderas políticas culturales de desarrollo de público de consumo de cine. Existe más un énfasis en mecanismos de producción de cine, sin importarme si se ve o no se ve ese cine.

2. ¿En qué medida la industria del cine (productores, directores, guionistas) se afecta o beneficia de estas políticas?

J.S. Yo creo que no se benefician en lo más mínimo. Todo va encaminado al dictado de la exhibición. Mientras no cambie la estructura de cómo se divide el ingreso en taquilla, somos una bola de románticos e idealistas desprotegidos. Y como quiera se sigue haciendo cine. Que prisa tiene el gobierno por cambiarlo.

3. ¿Qué papel desempeñan las leyes o reglamentos?

J.S. Beneficiar un mercado de consumo, sin importar que se consuma el cine nacional o tomar el cine como una situación de desarrollo. Acabamos de ver el proyecto de presupuesto, que reduce una cantidad importante a la cultura. ¿Cuántos cineastas de arte van a hacer una película que ataque al gobierno, sin importar a cual?

La historia más triste de una política cultural (y no es política cultural, es una política administrativa) es la situación del peso en taquilla. Donde se ve el pulso de las majors. Ahí me enteré que la MPAA está en Washington no en Hollywood. Y hay países que se han sabido defender contra esto. Francia e India han sabido defender sus cinematografías.

4. ¿Qué opina de los estímulos a la exhibición?

J.S. Para entrar y poder exhibir, necesito tener una historia de exhibiciones. Con políticas neoliberales. Son escasos los estímulos en realidad.

5. Las políticas culturales actuales en materia de cinematografía, ¿promueven el tipo de cine que el público de las salas de cine comercial quiere ver?

J.S. No. No vamos a engañarnos, la gente no ve las películas que quiere ver, ve lo que las distribuidoras y las exhibidoras quieren que vean. Y lo que un mecanismo muy fuerte televisivo, quiere que tu veas, a través de los actores que ellos tienen, en sus telenovelas, para apoyar las películas que ellos salen en las mismas. En ese sentido, el negocio sería perfecto, que las majors tuvieran sus propias salas de cine.

TV Azteca y Televisa ganan una cantidad impresionante de proyectos con la (Ley) 226 (del ISR de la SHCP), bajo diferentes razones sociales. Sus películas son de extensión fiscal, yo la promuevo con mis actores. La promuevo en mis canales de publicidad. Si esas empresas tuvieran salas de cine el negocio sería redondo.

6. Evaluando la desigualdad entre las películas mexicanas y norteamericanas, con respecto al tipo de estrenos que tienen en las salas de cine comercial, ¿deberían de seguir compitiendo en un libre mercado o buscar la protección del estado para mayor exhibición?

J.S. Es que estamos en problemas. Nuevamente llegamos al paradigma del proteccionismo o lo neoliberal. Ese es un problema grandísimo. La situación aquí es ¿cuál es la verdadera política cultural para que consumamos otro tipo de cine? Juguemos a una situación hipotética. Si ganas Cannes, se ejerce presión para que las exhibidoras programen esa película ganadora más tiempo. ¿Y eso de qué sirve? Si la gente que puede entender ese cine es mínima. O la gente que no lo entiende, la va a ir a ver y va a salir: ¡qué espanto!, ¡no quiero volver a ver cine mexicano en mi vida! Tenemos una situación súper contrastada en la actualidad en nuestra industria. Esa polarización es un fenómeno interesante, frustrante e incluso absurdo.

7. Se estipula en la Ley de Cinematografía, que las exhibidoras tienen que cubrir con un 10% de sus pantallas para el cine mexicano. ¿Cree que si realmente se aplicará esta cuota, iría más público a ver películas mexicanas?

J.S. No lo creo. En lo más mínimo. No están los mecanismos diseñados para eso. El que hace lo más caro, está maniatado a los designios de quién le exhibe y quién decide con cuántas copias se estrena.

8. ¿Qué es lo que hace que un espectador vaya al cine a ver una película mexicana?

J.S. Es que hay tantos tipos de espectadores. Yo creo que la mayoría de gente que consume cine en México, es por la estrella en pantalla. Y la gran minoría que consume cine independiente y artístico es por que gana un premio.

9. *¿Ese mismo factor propicia la recomendación?*

J.S. para la minoría sí. El starsystem. Sí.

10. *¿Qué impresión tiene usted del público mexicano? ¿Qué va a ver al cine? ¿Qué le gusta?*

J.S. A la mayoría le gusta el entretenimiento, ir a disuadirse. Le molesta mucho no entender algo, es como si te escupieran en la cara. A quién le gusta que te digan que eres un estúpido.

11. *¿Hay alguna medida que pueda tomar el Estado mexicano para ayudar a cambiar ese público?*

J.S. No, al gobierno le resulta excelentemente bien que sea un público novelero. Como muerdes la mano que te da de comer. No le conviene al gobierno lo más mínimo. Para ellos es dinero desperdiciado y que me vas a agredir. Las empresas tiene derecho a programar lo que ellos quieran, por que sino sería un estado totalitario.

12. *¿Cree usted que las actuales políticas culturales están diseñadas para apoyar a la exhibición de películas mexicanas?*

J.S. NO. Están diseñadas para producir cine mexicano.

13. *¿Qué impresión tiene de los cineastas mexicanos?*

J.S. Estamos en un momento único, de estudio, de polarización. Con Cineastas como Kenya Marquez y Bernardo Arellano ganando más de 20 premios internacionales. Y el fenómeno de Nosotros los Nobles y No se Aceptan Devoluciones arrasando en taquilla. Entonces el cineasta mexicano no está haciendo cine para México. Está haciendo cine para que recibir reconocimiento.

14. *¿En qué sistema está basado el cine mexicano actual? (directores, actores, guionistas, etc.)*

J.S. Es un cine de directores, de realizadores, productores, guionistas, directores. Pero los apoyos están diseñados para satisfacer a artistas.

15. *El papel de las compañías de distribución mexicanas, ¿le parece acertado? ¿Hay camino que andar en este respecto?*

J.S. La distribución en el cine, es para el cineasta, pero ya cada vez la tendencia es el consumo por internet, que eso también esta elitizado. La distribución es un negocio. Y es un negocio donde lo que yo lo distribuya, no te lo pago a como te costo. Es un producto caro con una vida tan corto. Entonces la distribuidora dice, te distribuyo así y si no te gusta, ve a buscar a otro que te distribuya.

16. *¿Pesa más la calidad que la cantidad de una película, hablando del número de copias con el que se estrena un título?*

J.S. De acuerdo a Cannes, "Heli" tiene mucha calidad. Puedes estrenar esa película con 400 copias y no va a servir de nada. De acuerdo a José Luis Solis, "No se aceptan devoluciones" no tiene calidad y ya ves el fenómeno.

17. *¿Qué papel cree usted que deben de jugar las televisoras en la industria cinematográfica nacional?*

J.S. Para mí es nodal. Lo que hace España es importantísimo. Esos son mecanismos más inteligentes de generar público y generar cultura cinematográfica, el gran problema es que pongan que hace cine a generar políticas.

18. Las escuelas de cine, ¿qué tipo de cineastas forman? ¿qué enfoque tienen en cuanto al tipo de cine que producen?

J.S. (En el caso de la carrera de cine en la UDEM) o nos convertimos en el nuevo Austin o qué va a suceder. Estarán en un esquema de enseñarles negocios y qué quieres hacer ¿Cine comercial, cine de autor, series de televisión?. Eso se va a ir viendo.

En la escuela vamos a enseñar sin dogmas. En el CCC y CUEC son de cine artístico.

19. ¿Al público le importa lo que producen las escuelas? ¿A las escuelas les importa lo que quiere ver el público?

J.S. Pregunta fuera de un Cinépolis y pregunta fuera del Festival de Cine de Guanajuato ¿cuántas operas primas del CUEC han visto? Y ve qué sucede. Es muy raro que la gente sepa de dónde vienen las películas mexicanas.

20. ¿Qué cambios propondría (y en dónde) para que más mexicanos vieran cine mexicano?

J.S. Coercitivo televisoras. Que las televisoras nos publiciten. Si te doy el ancho de banda, así como a los partidos les das un tiempo. Igual darle espacio al cine mexicano.

¿Algún comentario adicional?

Lucía Carreras

Debutó como directora con el largometraje *Nos vemos, papá*, con guión de su autoría, que tuvo su premier internacional en la selección oficial del Festival de Karlovy Vary en 2012 y estreno comercial en México en 2013. Es Co-escritora de *Año Bisieto* (Dir. Michael Rowe, Cámara de Oro en el Festival de Cannes 2010) y de *La Jaula de Oro* (Dir. Diego Quemada Diez, Un Certain Regard en el Festival de Cannes 2013 y más de 35 premios en festivales). En 2014 dirigirá el largometraje, *Tamara y la Catarina* con guión de su autoría, coproducción México-España, que cuenta con el apoyo del FORPOCINE, IMCINE e IBERMEDIA. Actualmente se encuentra en la preproducción de la coproducción México- Guatemala *La Casa más Grande del Mundo* que codirige con Ana Virginia Bojórquez.

Contestó la entrevista vía e-mail en parte, otras preguntas y una larga charla a este respecto se realizó vía skype.

1. ¿Cómo impactan las políticas culturales a la exhibición del cine mexicano?

L.C. Las políticas culturales afectan directamente la exhibición del cine mexicano. Que las industrias culturales no tengan la excepción desde el tratado de libre comercio, ha sido fundamental en la inequitativa situación de exhibición de la cual es víctima el cine producido en el país.

2. ¿En qué medida la industria del cine (productores, directores, guionistas) se afecta o beneficia de estas políticas?

L.C. En general siento que se ven afectada más que beneficiada, son pocas las cuestiones de las políticas culturales que tienen un impacto positivo significativo. La reducción en presupuestos culturales recurrente, así como la no modificación de cuestiones fundamentales en la exhibición, distribución e incluso producción del cine a partir de la Ley de cinematografía, son determinantes en no lograr una fuerza cinematográfica nacional, que se traduzca en tener REALMENTE un industria.

3. ¿Qué papel desempeñan las leyes o reglamentos?

L.C. Son fundamentales, sin embargo, lo que se necesita es establecer penalizaciones a su no cumplimiento. Por el momento hay leyes y reglamentos que tienen propuestas que ayudarían al cine, no son lo más adecuado pero existen, pero no hay una penalización tanto a exhibidores como distribuidores, por tanto, el cumplimiento de estas leyes no existe.

4. ¿Qué opina de los estímulos a la exhibición?

L.C. No sé a qué estímulos a la exhibición nos estamos refiriendo, pero no veo que haya algo que realmente represente un estímulo que incentive al exhibidor a programar cine mexicano.

5. Las políticas culturales actuales en materia de cinematografía, ¿promueven el tipo de cine que el público de las salas de cine comercial quiere ver?

L.C. Esto es un punto complejo de establecer, pareciera que el público quiere ver cine norteamericano de carácter sumamente comercial, cine espectáculo por así decirlo. Sin embargo, no es que las políticas culturales promuevan esto, sino que las leyes permiten que sea esto lo que se exhiba de manera avasalladora, por tanto el público en realmente no tiene opciones, no está expuesto a otro tipo de cine, no conoce si quiera

de su existencia. El problema está en la necesidad de crear público y, para ello, es necesario tener espacios de exhibición donde el público realmente acceda a una variedad cinematográfica, aprenda y, por tanto, demande.

6. Evaluando la desigualdad entre las películas mexicanas y norteamericanas, con respecto al tipo de estrenos que tienen en las salas de cine comercial, ¿deberían de seguir compitiendo en un libre mercado o buscar la protección del estado para mayor exhibición?

L.C. Es precisamente a lo que me refería en términos de la no excepción de las industrias culturales en el Tratado de Libre Comercio, la cultura no es mercancía de cambio, el cine es cultura, por tanto, debería haber una situación distinta, no una competencia ruinosa, incentivada por un duopolio que pone SIEMPRE en desventaja al cine producido en México.

7. Se estipula en la Ley de Cinematografía, que las exhibidoras tienen que cubrir con un 10% de sus pantallas para el cine mexicano. ¿Cree que si realmente se aplicará esta cuota, iría más público a ver películas mexicanas?

L.C. Obviamente que habría más público y, el que se cumpliera esta cuota que RARAMENTE se cumple, generaría una presencia en las salas y, como decía, poco a poco la creación de públicos que buscarían y demandarían cine nacional.

8. ¿Qué es lo que hace que un espectador vaya al cine a ver una película mexicana?

L.C. Hoy por hoy, el gran público, desgraciadamente tiene una muy mala idea del cine nacional y lo poco que los incentiva a ir a las salas a ver una película de producción mexicana es, la presencia de un actor popular de reconocimiento cuasi televisivo como es el caso de Eugenio Derbez; otra cuestión que los hace ir es el género cinematográfico, la gente busca ver, si es mexicano, comedias románticas o comedias, difícilmente le dan la oportunidad a otros géneros, y ya no decir de películas más de corte autoral.

9. ¿Ese mismo factor propicia la recomendación?

L.C. El voz a voz es la principal herramienta de difusión de una película mexicana que no está distribuida y apoyada por los consorcios televisivos o las majors. Pero, a pesar de que haya este voz a voz, si las películas son segregadas a salas lejanas, no accesibles o a zonas donde el consumo de otro tipo de cine no es común, sucede que las películas muren rápidamente en taquilla y, aquellos que las querían ver, no logran acceder a ellas.

10. ¿Qué impresión tiene usted del público mexicano? ¿Qué va a ver al cine? ¿Qué le gusta?

L.C. Nuestro público ha sido dogmado por la televisión y una presencia avasalladora de cine norteamericano grandilocuente. Entiendo que la gente va al cine a pasar un buen rato, que es caro y no pueden ver todo, pero la cuestión es que la oferta es limitada, pues los complejos se atiborran de blockbusters americanos, acompañados por películas norteamericanas de medio pelo y es lo que la gente termina por ver y creer que es lo que hay. La gente no busca películas como tal, va a las salas y asume que ahí estarán, pues es lo que pasa con las películas americanas que salen hasta con miles de copias. Pero cuando están interesados en una película mexicana que ha salido con copias en los dos dígitos, van al cine (al que siempre van) esperando que

ahí esté, pero no sucede, pues las salidas son más pequeñas y las películas son maltratadas en cuanto a los complejos en los que se exhiben.

11. *¿Hay alguna medida que pueda tomar el Estado mexicano para ayudar a cambiar ese público?*

L.C. Totalmente, modificaciones a la Ley Cinematográfica que han sido propuestas recurrentemente y que no se ha logrado que sean tomadas en cuenta para su aprobación.

12. *¿Cree usted que las actuales políticas culturales están diseñadas para apoyar a la exhibición de películas mexicanas?*

L.C. Por supuesto que no

13. *¿Qué impresión tiene de los cineastas mexicanos?*

L.C. Como cineasta del país es difícil contestar esta pregunta, pero creo que hay una gran diversidad de propuestas, que se hace muy buen cine en el país y que si se cuidara, el público podría conocer que tiene una gran diversidad de opciones de género y temas en las películas hechas en México.

14. *¿En qué sistema está basado el cine mexicano actual? (directores, actores, guionistas, etc.)*

L.C. No entiendo la pregunta.

15. *El papel de las compañías de distribución mexicanas, ¿le parece acertado? ¿Hay camino que andar en este respecto?*

L.C. Pues no me parece acertado, le dan menos importancia a la distribución de las películas nacionales, porque las posibilidades de ganar son menores pues no encuentran tan fácil los espacios de exhibición adecuados. Hay muchísimo camino que andar al respecto, creo que son pocas las distribuidoras que se preocupan por el cine del país y lo cuidan, pero desgraciadamente son pequeñas y no logran un gran impacto.

16. *¿Pesa más la calidad que la cantidad de una película, hablando del número de copias con el que se estrena un título?*

L.C. Depende del título

17. *¿Qué papel cree usted que deben de jugar las televisoras en la industria cinematográfica nacional?*

L.C. Creo que el esquema Español da una buena pista de lo que las televisoras deberían hacer para la industria cinematográfica. Si revisas como funciona te darás una idea.

18. *Las escuelas de cine, ¿qué tipo de cineastas forman? ¿qué enfoque tienen en cuanto al tipo de cine que producen?*

L.C. Esto es variado, creo que las escuelas dan las bases, la decisión de qué tipo de cineasta está en la persona, no en la escuela. Sin embargo, lo que sí se les está enseñando es a entender cómo está la realidad cinematográfica del país.

19. *¿Al público le importa lo que producen las escuelas? ¿A las escuelas les*

importa lo que quiere ver el público?

L.C. ---

20. ¿Qué cambios propondría (y en dónde) para que más mexicanos vieran cine mexicano?

L.C. Laura Santollo y Rodrigo Plá, traen un plan a través de la SEP de hacer un cambio integral en el sistema educativo, que permite hacer una dogmatización en los mexicanos para que aprendan a ver cine mexicano, y lo busquen. En la generación de públicos hay una respuesta a esta situación.

¿Algún comentario adicional?

MAXIMILIANO TORRES

Es Licenciado en Periodismo. Tiene diez años cubriendo a través de crónica, entrevista, reportaje y reseña la fuente de cine en radio, televisión y prensa escrita. Trabajó cuatro años como gestor de invitados y programador adjunto en el Festival Internacional de Cine de Monterrey.

2006-2008 publicó entrevista y crónica para Playboy México

En el 2007 fue corresponsal de espectáculos para Milenio en París.

Desde el 2001 al 2010 condujo para Frecuencia Tec el programa de cine Cuadro por Cuadro.

Actualmente publica una columna de cine en Milenio cada domingo, hace radio para Grupo Multimedios .

Contestó esta guía de preguntas vía electrónica.

1. ¿Cómo impactan las políticas culturales a la exhibición del cine mexicano?

M.T. Las políticas culturales están más enfocadas a estimular la producción: financiamiento de proyectos, becas, estímulos fiscales. En cuanto a exhibición, hace falta actualizar leyes y reglamentos.

2. ¿En que medidas la industria del cine (productores, directores, guionistas) se afecta o beneficia de estas políticas?

M.T. Lo que yo noto es que las políticas públicas no bastan en esta situación, tanto los cineastas consagrados y premiados, como los debutantes, buscan beneficiarse de los mismos apoyos. Esto es, que el cine mexicano no genera más cine mexicano, seguimos en esa etapa en la que todos los directores comienzan de cero y todas las películas deben financiarse con fondos del gobierno, becas extranjeras, etc.

3. ¿Qué papel desempeñan las leyes o reglamentos?

M.T. En Materia de Exhibición, sé que la ley de cinematografía sólo estipula que, por ley, las películas mexicanas deben de exhibirse mínimo, una semana en cartelera. Cosa que sí se respeta, pero es insuficiente.

4. ¿Qué opina de los estímulos a la exhibición?

M.T. El mejor estímulo para la exhibición sería el interés de los empresarios exhibidores. Son ellos quienes pueden hacer la diferencia. Los casos de cintas como Presunto Culpable o Paradas continuas, nos muestran a empresas exhibidoras que se involucran en la producción de cine y esto genera más interés en hacer que el producto encuentre un público.

5. Las políticas culturales actuales en materia de cinematografía ¿promueven el tipo de cine que el gran público de las salas de cine comercial quiere ver?

M.T. Es posible que sí, las políticas culturales actuales (entendiendo por esto, las del gobierno) otorgan recursos a una variedad de proyectos. Yo pienso que el despertar y las acciones deben venir de parte otros sectores, concretamente de los exhibidores y la

iniciativa privada en general. Sabemos que la iniciativa privada es la que termina imponiéndose a la ley y los reglamentos.

6. Evaluando la desigualdad entre las películas mexicanas y norteamericanas, hablando del tipo de estrenos que tienen en las salas de cine comercial, deberían de seguir compitiendo en un libre mercado o buscar la protección del estado para mayor exhibición? Deben buscar la protección del estado.

M.T. ----

7. Se estipula en la Ley de Cinematografía, que las exhibidoras tienen que cubrir con un 10% de sus pantallas para el cine mexicano. ¿Cree que si realmente se aplicará esta cuota, iría más público a ver películas mexicanas?

M.T. ----

8. ¿Qué es lo que hace que un espectador vaya al cine a ver una película mexicana?

M.T. El marketing, su fecha de estreno oportuna, el boca en boca.

9. ¿Ese mismo factor propicia la recomendación?

M.T. No necesariamente.

10. ¿Qué impresión tiene usted del público mexicano? ¿Qué va a ver al cine? ¿Qué le gusta?

M.T. Le gusta ver caras conocidas, es un público que no conoce su tradición de cine: no sabe de directores o talento nacional que trabaja en cine. Es un público que le gustan los géneros: la comedia, el cine de horror.

11. ¿Hay alguna medida que pueda tomar el Estado Mexicano para ayudar a cambiar ese público?

M.T. Es una cuestión de educación, de bases. Como muchos problemas que aquejan a México. Creo que los medios de comunicación serían los indicados para hacer algo. Ser más inclusivos con sus coberturas del cine nacional.

12. ¿Cree usted que las actuales políticas culturales están diseñadas para apoyar la exhibición de las películas mexicanas?

M.T. No.

13. ¿Qué impresión tiene de los Cineastas mexicanos?

M.T. Que son autores, que tienen ambiciones artísticas y no pueden conectar con el público.

14. ¿En qué sistema esta basado el cine mexicano actual? (directores, actores, guionistas...)

M.T. Es difícil saberlo. Es por eso que no se consigue una fórmula que se pueda repetir.

15. El papel de las compañías de distribución mexicanas, ¿le parece acertado? ¿Hay camino que andar en este respecto?

M.T. No sé. Creo que el hecho de ser vecinos de EEUU nos limita mucho.

16. Pesa más la calidad que la cantidad de una película, hablando en el número de copias con el que se estrena un título?

M.T. Pesa más la cantidad.

17. ¿Qué papel cree usted que deben de jugar las televisoras en la industria cinematográfica nacional?

M.T. ----

18. Las escuelas de cine ¿qué tipo de cineastas forman? ¿qué enfoque tienen en cuánto al tipo de cine que producen?

M.T. No conozco los programas de las escuelas de cine, pero me da la impresión que están más inclinados al arte que a la industria.

19. ¿Al público le importa lo que producen las escuelas y a las escuelas les importa lo que quiere ver el público?

M.T. No. Es probable que el público general ni si quiera sepa que existen escuelas de cine en México.

20. ¿Qué cambios propondría (y en dónde) para que más mexicanos vieran cine mexicano?

M.T. Definitivamente, la responsabilidad es compartida. Falta mucho "know how" en quienes diseñan las campañas de promoción, falta que los exhibidores sean más sensibles a las cintas mexicanas, aunque solo se comprometan a exhibir el 10% hace falta que conozcan ese producto y no predispongan al público diciéndole cosas como: "Lo que usted va a ver es un documental." Falta que haya una continuidad en el ciclo de las películas mexicanas: anunciar el proyecto, anunciar su elenco, definir su fecha de estreno, difundir sus primeras imágenes, su póster oficial, todo esto con deadlines o fechas definidas. Falta ser más rigurosos al producir los trailers de películas mexicanas, que sean ágiles, vendibles, que comuniquen bien la clase de película que están vendiendo.

¿Algún comentario adicional?

MIGUEL ÁNGEL MENDOZA

Estudió Mercadotecnia y psicocreatividad en la Universidad Autónoma de Barcelona. En 2007 toma el cargo como director de Cine Morelos, desde donde creó e impulsó la iniciativa La Carretera móvil y la Red de Cineclubes Comunitarios de Morelos.

Es miembro fundador y tesorero de la Red de Cine Itinerantes de América Latina y el Caribe (RECIAL) conformada por 16 países. Productor de dos largometrajes, el documental Vientos de Fuego en Tierra de Nubes de Alejandro Mejía y Asteroide, de Marcelo Robar. Actualmente continúa al frente de Cine Morelos además de ser encargado de la Comisión de Filmaciones de Morelos.

Contestó esta guía de preguntas vía electrónica.

1. ¿Cómo impactan las políticas culturales a la exhibición del cine mexicano?

M.M. Afecta en cierta parte únicamente, en el sentido de seguir apoyando mucho a la producción y muy poco o nada a la exhibición.

2. ¿En qué medida la industria del cine (productores, directores, guionistas) se afecta o beneficia de estas políticas?

M.M. La gente que hace las películas se beneficia en gran medida ya que se asignan sueldos durante el proceso de producción pero al final no se tiene una visión mas amplia del proceso de vida de una película en México.

3. ¿Qué papel desempeñan las leyes o reglamentos?

M.M. Creo que ninguno, porque la ley que dice que el cine mexicano debe tener un cierto porcentaje de salas en cines comerciales no sirve de nada debido a que están queriendo llevar a un tipo de público a un sitio donde no pertenecen este tipo de contenidos.

4. ¿Qué opina de los estímulos a la exhibición?

M.M. Deben ser regulados ya que se piden cosas complicadas para poder cumplir con el estímulo, debe regularse definitivamente.

5. Las políticas culturales actuales en materia de cinematografía, ¿promueven el tipo de cine que el público de las salas de cine comercial quiere ver?

M.M. Es que no existe una política cultural que defina que tipo de cine se “debe” programar en cada sala, entonces la respuesta concreta sería “no”.

6. Evaluando la desigualdad entre las películas mexicanas y norteamericanas, con respecto al tipo de estrenos que tienen en las salas de cine comercial, ¿deberían de seguir compitiendo en un libre mercado o buscar la protección del estado para mayor exhibición?

M.M. Ni una ni otra, simplemente la gente que va a salas comerciales no le interesa ver una película contemplativa mexicana, no es el mercado, y tampoco creo que se deba de “proteger” por el estado, simplemente es buscar las salas adecuadas para el público

adecuado. Es como querer poner corridos en un antro donde solo ponen música electrónica, la gente que le gusta el corrido no va a frecuentar estos lugares.

7. *Se estipula en la Ley de Cinematografía, que las exhibidoras tienen que cubrir con un 10% de sus pantallas para el cine mexicano. ¿Cree que si realmente se aplicará esta cuota, iría más público a ver películas mexicanas?*

M.M. No, creo que se tiene esta necesidad por parte de los productores mexicanos estrenar y exhibir en salas comerciales, si concentraran ese esfuerzo en circuitos comerciales, harían mejores números, más dinero y mas gente vería sus películas.

8. *¿Qué es lo que hace que un espectador vaya al cine a ver una película mexicana?*

M.M. La accesibilidad, la comunicación y el marketing que se aplica a cada título.

9. *¿Ese mismo factor propicia la recomendación?*

M.M. Si, por supuesto.

10. *¿Qué impresión tiene usted del público mexicano? ¿Qué va a ver al cine? ¿Qué le gusta?*

M.M. Como en cada país, hay públicos para todo, al mexicano si le gusta ver cine mexicano, pero no se le ha ofrecido una plataforma correcta para verlo adecuadamente. Cierta público mexicano gusta del cine de Hollywood y nada más, pero como menciono anteriormente, creo que también hay un público que abarrota las salas de cine alternativo. No se puede generalizar.

11. *¿Hay alguna medida que pueda tomar el Estado mexicano para ayudar a cambiar ese público?*

M.M. Si, abrir más salas de cine alternativo, para un público definido.

12. *¿Cree usted que las actuales políticas culturales están diseñadas para apoyar a la exhibición de películas mexicanas?*

M.M. No, hay muy pocas y se necesita aumentar ese número enormemente.

13. *¿Qué impresión tiene de los cineastas mexicanos?*

M.M. Que hacen las cosas con mucho corazón y cada vez hay mas calidad en las producciones.

14. *¿En qué sistema está basado el cine mexicano actual? (directores, actores, guionistas, etc.)*

M.M. Creo que la base, la clave son las personas del equipo técnico, los técnicos mexicanos están considerados como unos de los mejores en el mundo, aunque claro, sin un guión no pasaría nada, dicho eso entonces, creo que el guión mexicano esta cada vez más en auge más que otra cosa.

15. *El papel de las compañías de distribución mexicanas, ¿le parece acertado? ¿Hay camino que andar en este respecto?*

M.M. Creo que todas dependen de lo que dicta el duopolio de exhibición en México, se debe ver más allá y no lo hacen así las distribuidoras lo que esta llevando al camino de que cada productor o director está distribuyendo sus propias películas en circuitos alternativos y esto les está dejando más dinero que venderla por una cierta cantidad a un distribuidor.

16. ¿Pesa más la calidad que la cantidad de una película, hablando del número de copias con el que se estrena un título?

M.M. Creo que si es más importante la calidad, porque aunque la metan en 100 salas del cine comercial, siempre se va a competir con las mismas 100 copias pero de alguna película de Hollywood.

17. ¿Qué papel cree usted que deben de jugar las televisoras en la industria cinematográfica nacional?

M.M. La TV es el futuro de la exhibición de cine en México, eso y el VOD, multiplataformas, ya ha cambiado la forma de consumir cine por mucho y la TV es parte central de esto.

18. Las escuelas de cine, ¿qué tipo de cineastas forman? ¿qué enfoque tienen en cuanto al tipo de cine que producen?

M.M. Creo que sirven para mejorar técnicas, un buen cineasta no necesita ir a una escuela para poder contar una historia, pero pues si le ayuda mucho saber las técnicas, facilita el proceso.

19. ¿Al público le importa lo que producen las escuelas? ¿A las escuelas les importa lo que quiere ver el público?

M.M. Creo que no, ni una ni otra, las escuelas están para cometer errores y ser experimentales y a la mayoría del público le tiene sin cuidado lo que hagan las escuelas, creo que están más allá de un segundo plano.

20. ¿Qué cambios propondría (y en dónde) para que más mexicanos vieran cine mexicano?

M.M. Autodistribución y apertura de salas alternativas, creación de una red de cines de este tipo, pero con responsabilidad ya que se podría convertir en un arma de doble filo.

¿Algún comentario adicional?

M.M. La clave es dejar de pensar que la gente de las cadenas comerciales debe exhibir las películas mexicanas, al final ellos manejan un negocio y si no les es redituable el cine mexicano, están en todo su derecho de no exhibirlo, por eso nosotros, los que nos dedicamos al cine debemos fomentar la apertura y promoción de nuevas salas, exclusivas para contenido alternativo y dirigidas a un cierto público que quiera consumir este cine.

REGINA MONTEMAYOR

Profesional de la industria del entretenimiento desde hace más de 15 años. La experiencia en producción varía desde el cine, el radio, la televisión y los festivales de cine hasta la música pop; incluyendo incursiones en conducción de radio y televisión; así como distribución de cine independiente y relaciones públicas. Actualmente continua su carrera profesional trabajando en producciones nacionales e internacionales de cine para así forjar su carrera como Directora. Algunas de las producciones en las que ha participado son: "Nos Vemos, Papá", "La Mitad del Mundo", "Elysium", "The boy who smell like fish" entre otras.

Contestó esta guía de preguntas vía e-mail.

1. ¿Cómo impactan las políticas culturales a la exhibición del cine mexicano?

R.M. Definitivamente impactan mucho las políticas culturales; el que el cine de Hollywood represente casi el 100 por ciento de las salas de cine de este país y que no haya leyes en contra de eso, seguirá resultando en la falta de espacios para el cine nacional en las salas comerciales. Fomentando así aun mas la cultura en el pueblo de que el cine mexicano no es digno de verse. Por otro lado tenemos el éxito de la Cineteca Nacional con sus Muestras y Foros internacionales, que prueban que la gente quiere ver otro tipo de cine, teniendo "lentos totales" en sus funciones; además de que la Cineteca Nacional con el apoyo de Paula Astorga en su tiempo como directora, le dedico gran parte de su cartelera al cine nacional y sus mas recientes producciones.

2. ¿En qué medida la industria del cine (productores, directores, guionistas) se afecta o beneficia de estas políticas?

R.M. Definitivamente la industria mexicana de cine en general se ve beneficiada por las políticas de éste país. No habría producción ni distribución sin el apoyo de los distintos fondos, a través de IMCINE, SHCP, Conaculta, etc. Pero falta mucho por lograr aún. El poder que tienen las distribuidoras de cine en éste país (Cinopolis y Cinemex) es demasiado. Parece que se dedican a trabajar en contra del cineasta nacional. Si las películas no tienen actores famosos en televisión, las distribuidoras les dan pésimos espacios en sus salas de cine a los productores nacionales, si es que llegan a darle algún espacio.

3. ¿Qué papel desempeñan las leyes o reglamentos?

R.M. Pues creo que es un arma de doble filo. Por un lado benefician pero otro lado dañan la "industria" de cine en este país. Puesto que en México el cine no es redituable ni sustentable, es un privilegio enorme que los cineastas mexicanos cuenten con el apoyo del gobierno para financiar sus proyectos. Pero a veces esas "leyes" o "reglamentos" benefician no precisamente a los mas talentosos o a los mas capaces. Es muy subjetivo el calificar un proyecto de arte o cinematográficos a través de una famosa "carpeta" que se entrega a IMCINE, lo cual provoca a veces que se aprueben proyectos que, como dirán los gringos es "good on paper", pero a la hora de realizarse resulta ser una película vergonzosa.

Y es aquí donde ese papel que desempeñan las leyes es fallido, puesto que genera el tipo de cine mexicano vergonzoso que hace que los mismos mexicanos luego no quieran comprar un boleto para ver cine mexicano, basado en una mala experiencia.

Pero a su vez, las leyes son ventajosas para la exhibición de cine internacional, lo cual es absurdo cuando el mismo gobierno esta dando dinero para producir cine mexicano que luego no se ve en las salas de cine comercial.

4. ¿Qué opina de los estímulos a la exhibición?

R.M. Pues hasta ahora solo hubo una convocatoria de EPROCINE (que según entiendo no se repetirá) y muchos estuvimos más que agradecidos con este estímulo. Fueron 60 películas que recibieron dinero para poder estrenarse en salas comerciales, si no fuera por estos 80 millones de pesos, muchas de éstos proyectos beneficiados de seguro nunca hubieran visto sus estrenos en salas comerciales.

Aunque de igual manera es penoso que tenga que haber un apoyo de parte del gobierno para la exhibición, que lástima que las mismas distribuidoras mexicanas no le apuesten al cine mexicano.

Aunque he de confesar que siento que las distribuidoras mexicanas tienen MUCHO que aprender, no solo en cuanto a distribución de cine mexicano se refiero, sino que siento que cometen muchos errores hasta con el estreno de películas americanas. No saben de estrategia, de diseño gráfico (posters, panorámicos), de prensa, ni como organizar premieres o junkets.

5. Las políticas culturales actuales en materia de cinematografía, ¿promueven el tipo de cine que el público de las salas de cine comercial quiere ver?

R.M. Creo que algo de lo mas loable de los apoyos de IMCINE es que apoyan todo tipo de cine: comercial, de autor, de festivales, etc. Desde el cine de Derbez hasta el cine de Reygadas, creando una amplia gama de oferta de cine mexicano.

6. Evaluando la desigualdad entre las películas mexicanas y norteamericanas, con respecto al tipo de estrenos que tienen en las salas de cine comercial, ¿deberían de seguir compitiendo en un libre mercado o buscar la protección del estado para mayor exhibición?

R.M. Definitivamente esa desigualdad tan enorme, si sería lo justo tener protección del estado.

7. Se estipula en la Ley de Cinematografía, que las exhibidoras tienen que cubrir con un 10% de sus pantallas para el cine mexicano. ¿Cree que si realmente se aplicará esta cuota, iría más público a ver películas mexicanas?

R.M. Definitivamente, somos pocos los que vamos al cine con una película en mente. La mayoría de la gente llega al cine a ver que hay en el horario que les funciona. Si no estuviera Thor en todas las salas y la gente tuviera mas opciones, creo ciegamente que la gente vería mas cine mexicano.

8. ¿Qué es lo que hace que un espectador vaya al cine a ver una película mexicana?

R.M. Ruido en la prensa: ya sea por las notas que generará (como Presunto Culpable), el actor protagonista famoso que tiene espacios en Televisa o TV Azteca (Jaime Camil, Eugenio Derbez), o los premios a nivel mundial que la prensa esta alabando (Año Bisieto, Heli, etc).

9. ¿Ese mismo factor propicia la recomendación?

R.M. Definitivamente, el boca a boca, se genera desde ahí, desde los espacios en los medios nacionales.

10. *¿Qué impresión tiene usted del público mexicano? ¿Qué va a ver al cine? ¿Qué le gusta?*

R.M. Definitivamente es un país que busco entretenimiento/diversión en el cine en su mayoría. Pero si somos un país que tiene un sector importante que busca propuestas distintas. Por algo a Hollywood le importa la taquilla mexicana, se sabe que el mexicano va mucho al cine. Pero así como tiene éxito Thor 2, una película de Woody Allen y/o Michael Haneke tienen su público MUY cautivo.

11. *¿Hay alguna medida que pueda tomar el Estado mexicano para ayudar a cambiar ese público?*

R.M. En lo personal creo que tomaría años de educación a éste país que tiene un rezago cultural histórico, que además se ha visto afectado para mal gracias a nuestra programación televisiva, en específico gracias a lo que ofrece Televisa; televisora que ha generado un estándar muy barato de lo que es "entretenimiento" y "cultura".

12. *¿Cree usted que las actuales políticas culturales están diseñadas para apoyar a la exhibición de películas mexicanas?*

R.M. No realmente, y las pocas que hay no se vigilan (como el 10% de cine mexicano en cartelera y que una película mexicana dure al menos 2 semanas en cartelera después de su estreno).

13. *¿Qué impresión tiene de los cineastas mexicanos?*

R.M. Que es gente muy apasionada y tenaz, como en el resto del mundo, en México no hace cine el talentoso sino el necio. Y gracias a Dios en México hay muchos "necios" que hacen cine contra viento y marea.

14. *¿En qué sistema está basado el cine mexicano actual? (directores, actores, guionistas, etc.)*

R.M. Definitivamente es un sistema de "directores", que tiene que fungir muchas veces como sus propios productores, por la falta de ayuda y apoyo para levantar los proyectos. Pero yo lo llamaría un sistema "darwiniana", donde se aplica la ley de "supervivencia del más apto". Es una lucha constante cuando se quiere hacer cine, desde la realización del guión (poco se aprecia la labor del guionista), hasta levantar el financiamiento, lograr llevar a cabo un rodaje sin problemas, hacer la postproducción y lograr una exhibición comercial decente. Es una batalla constante, que nunca acaba. Si con el lanzamiento en DVD o TV, siempre hay problemas en el camino.

15. El papel de las compañías de distribución mexicanas, ¿le parece acertado? ¿Hay camino que andar en este respecto?

R.M. Como lo mencione antes, si creo que les falta mucho que aprender. No solo que se atrevan a distribuir cine mexicano, sino que sepan hacer bien las cosas. Siempre hay fallas tremendas, aun con las películas americanas que estrenan aquí.

16. *¿Pesa más la calidad que la cantidad de una película, hablando del número de copias con el que se estrena un título?*

R.M. Pues pesa la "calidad" en términos de lo que una distribuidora considera comercial.

17. ¿Qué papel cree usted que deben de jugar las televisoras en la industria cinematográfica nacional?

R.M. En una Utopía, apoyarían a todas las películas mexicanas como lo han hecho con Derbez. Por ejemplo: si en éste país se entendiera que la cultura genera dinero e industria, las televisoras se preocuparían por "hacer" estrellas de cine y no solo estrellas de tele.

A CBS, NBC o ABC no les preocupa promocionar una película de la competencia. Saben que tener a tal o cual actor en su canal genera ratings o genera la futura proyección en TV de tal película.

Pero si la televisión en México sigue con esta competencia absurda entre televisoras, ¿cómo esperar que apoyen al cine mexicano, cuando los actores de cine por lo general no hace televisión?

18. *Las escuelas de cine, ¿qué tipo de cineastas forman? ¿qué enfoque tienen en cuanto al tipo de cine que producen?*

R.M. Forman todo tipo de cineastas: autorales, comerciales, y de cualquier género. Lo que creo que falta en éste país, es educar a los cineastas a que sean conscientes del país en el que están generando cine. No hay dinero para grandes producciones épicas, de época, de efectos visuales, efectos especiales, etc.

19. ¿Al público le importa lo que producen las escuelas? ¿A las escuelas les importa lo que quiere ver el público?

R.M. El público poco creo que sepa de donde viene tal o cual cineasta o película. Y las escuelas forman cineastas, sin tendencias o afiliaciones. Tratan de formar artistas honestos consigo mismos, sin importar el tipo de cine que quieran hacer.

20. ¿Qué cambios propondría (y en dónde) para que más mexicanos vieran cine mexicano?

R.M. Cerrar Televisa y TV Azteca (broma). Pedir espacios en televisión nacional para promocionar todo tipo de cine, así como en la prensa y radio. Y que las exhibidoras dejen de "filtrar" a través de sus programadores que películas mexicanas merecen tener estreno en sus salas y cuales, no. Que ya no dejen que las exhibidoras usen su "criterio" para ver que películas mexicanas les gustan y cuales no. Y aumenta el porcentaje de películas mexicanas en salas comerciales y que realmente se cumpla. Y que no se permita que una misma película tenga mas de 2 salas en el mismo complejo cinematográfico, como sucede con los "blockbusters" gringos. Es absurdo entrar a una cine de 10 salas y que en 4 este Thor, por ejemplo.

¿Algún comentario adicional?

VÍCTOR UGALDE

Es director, escritor e investigador de cine. Es expresidente de la Sociedad Mexicana de Directores-Realizadores de Cine. Inscansable promotor de reformas que apoyen al cine mexicano.

Su entrevista se realizó vía skype, un día festivo, él desde su domicilio en Cd. de México

1. ¿Cómo impactan las políticas culturales a la exhibición del cine mexicano?

V.U. Lo han dejado o al EPROCINE que nació en el 2012, se aplicó en 2013 y regresa en 2014. Y que está contenido en Filmoteca o en Cineteca, pero eso no es un estímulo lo suficientemente atractivo para que se exhiba el cine mexicano.

2. ¿En qué medida la industria del cine (productores, directores, guionistas) se afecta o beneficia de estas políticas?

V.U. El problema es que las autoridades actuales y las pasadas y yo creo que las del futuro también, no ven esto como un todo integral. Los artículos no recuerdo si 16 o en el 19 en el tratado de la diversidad, se habla sobre la circulación del imaginario. Entonces ellos no ponen a circular, por que a su entender, hay un número suficiente de pantallas para atender a la población, lo cual es falso. Las 5300 que existen en México atienden a un 28% de la población y se ha dejado fuera del acceso del consumo en sala, al 72% entonces, mientras no tengas una política de acceso y que además sea de acuerdo al poder adquisitivo de tu país, vamos a tener este problema, que lo resuelve de hecho en vías la piratería.

3. ¿Qué papel desempeñan las leyes o reglamentos?

V.U. Es crucial, por que la mayoría de las leyes están hechas para corregir los defectos del mercado. Y durante 20 años en México se creyó que el mercado era capaz de corregir todo. En el tomo II del liberalismo ya hasta los teóricos como Stiglitz y muchos de estos, dijeron: en algunas áreas, en algunos momentos y en algunas industrias, es necesaria la presencia del estado para corregir las fallas del mercado. Y para dirigir las, entre estas entran las industrias culturales. Osea, tu tienes que saber que tipo de productos quieres producir, tienes que saber qué tipo de política quieres impulsar. Si el mercado ya privilegió un sector tu tienes que compensar el mercado donde no hay tanta ganancia. Lo mismo ocurre con las telecomunicaciones si tu dejaras a Telmex, a Claro, a todos estos, American Movil, a invertir, ellos sólo invertirían en las grandes ciudades, donde están los márgenes de ganancia, pero, entonces se quedarían sin comunicación y teléfono al resto de la población. Por eso cuando se les da una concesión, hay un pacto social que ellos tienen que cubrir. Lo mismo debe pasar con la industria cultural cinematográfica.

4. ¿Qué opina de los estímulos a la exhibición?

V.U. La exhibición tuvo 5 años de estímulos de 1998 a 2001-2002. Se les devolvía el IVA de 5 años atrás para que lo invirtieran en el nacimiento de más salas. Eso provocó el boom de las salas de clase media. Pero se acabo. No hay ningún tipo de estímulos para la construcción de salas. No hay ningún tipo de estímulos para la actividad de la exhibición, con otro tipo de fines y otro tipo de, digamos, impacto cultural.

5. *Las políticas culturales actuales en materia de cinematografía, ¿promueven el tipo de cine que el público de las salas de cine comercial quiere ver?*

V.U. No, yo creo que el tipo de políticas públicas en la producción, es muy amplio y es muy variado. Entonces hay 3 tipos de accesos y dentro de esos accesos, creo por un lado esta FOPROCINE que hace un tipo de cine más exigente, más cultural, más de identidad, más experimental. FIDECINE que es un híbrido. Y el EFICINE, que es todo, pero que últimamente es el que ha producido las películas con mayor impacto comercial. Sin embargo, yo creo que no nos podemos ir a una fórmula de aquí se hace cine de 5 a 7, por que en realidad lo que tratan los cineastas y lo que trata un buen productor es de entrada, hacer la mejor de las películas. Y es el público el que las pone en un nicho. Conozco muchas películas que aparentemente nacieron para ser de arte y acaban de sentido comercial, y algo que querían hacer comercial, termina como el peor de los negocios.

6. Evaluando la desigualdad entre las películas mexicanas y norteamericanas, con respecto al tipo de estrenos que tienen en las salas de cine comercial, ¿deberían de seguir compitiendo en un libre mercado o buscar la protección del estado para mayor exhibición?

V.U. La práctica de competencia entre Estados Unidos y México se llama Dumping (Término inglés que se utiliza para hacer referencia a la práctica mono-polística de discriminación de precios. Práctica comercial discriminatoria consistente en vender un mismo producto a precios diferentes en distintos mercados.). Todos los días las empresas norteamericanas, nos hacen dumping a la industria del cine mexicano. En otras industrias esto ya hubiera sido castigado, con una cuota compensatoria. Pero en el área de la cultura, ningún funcionado de la cultura lo ha entendido. Como se puede poner un Ferrari a \$15 y una carreta de mulas de precio ¿cuál comprarías?. Es obvio. Todos los días hay práctica de dumping constante. Y esto afecta a todas las industria del mundo. Por que el producto que ellos ofrecen, ya viene recuperado en parte por sus mercados y se ofrece a precios más baratos en relación a su costo. Se llama competencia desleal. Y se aplica en todas las industrias y no en esta industria cultural. Y no entendemos. Esto, y lo que tu estabas comentando que era esa desproporción en materia publicitaria. Que ahora hay un tercer asunto. Cada quince días, gracias a la desaparición de las copias, en enero desaparecen completamente. Se puede acceder a un número mayor de pantallas a un muy bajo costo. Últimamente las películas están saliendo entre 2mil y 3mil pantallas por títulos que quieren borrar a su competencia. Esto lo debería evitar la Comisión General de Competencia Económica. Pero si no se han enterado que Telmex es monopolio, que Televisa y Tv Azteca son duopolio, menos se habrán enterado que hay una presencia predominante del cine norteamericano.

Deben de seguir compitiendo en un verdadero libre mercado, donde no haya 2 agentes dominantes, sino que haya 28 ó 55.

Analiza el caso del cine brasileño, tienen con el mismo número de estrenos, y con el mismo número de producción de películas, a pesar de tener la mitad de salas de cine que nosotros, tienen una índice de asistencia mayor al cine brasileño, por que las pequeñas empresas pelean por el cine de Brasil, entonces, lo programan mejor.

Hay un artículo también de Mariana Cerrilla que demuestra que en México, el futuro del cine mexicano estaba en las salas de cine independiente, el problema de que haya nada más 2 agentes dominantes, es que hace que todos los nuevos agentes que

quieran entrar a competir, les salga muy caro y tenga problemas para posicionarse. Todo esto esta demostrado por las teorías económicas.

7. Se estipula en la Ley de Cinematografía, que las exhibidoras tienen que cubrir con un 10% de sus pantallas para el cine mexicano. ¿Cree que si realmente se aplicará esta cuota, iría más público a ver películas mexicanas?

V.U. Sí, esto es una ecuación, directamente proporcional, a la oferta que se da. Si tu pones una película cada 20 minutos. Aunque sean muy poquitos espectadores, sumando el número de pantallas va a parecer que es un éxito. Y si tu ofreces una película "x" número de semanas, es un mercado muy acotado, muy restringido y muy manipulado, entonces directamente proporcional, subiría. Algunos les gustarían unas, algunos les gustarían otras. De que estuviera bien programado, acuérdate de que algunas películas gustan en el norte y no en el sur y visceversa. Entonces, nosotros tenemos investigaciones que nos dicen que es directamente proporcional a la oferta.

8. ¿Qué es lo que hace que un espectador vaya al cine a ver una película mexicana?

V.U. Uy son tantas la variables. Que este en oferta, muchas semanas al año no hay una película mexicana en oferta y por eso se consume una película extranjera tiene que haber una buena campaña de distribución, para que se enteren de que salió. Que esté a un costo accesible. Puedes poner una película y que haya mucha gente que la quiera ver, y de repente dicen yo ya fui esta semana al cine no puedo ir otra vez. Esto tiene que ver con la competencia. La gente no tiene tanto dinero como se pueda creer. El cine en México es muy caro. En México tienes que trabajar de 8 a 15 horas para adquirir un boleto para ir al cine y para ir con toda tu familia tienes que trabajar una semana. En Estados unidos con una hora de trabajo pagas tu boleto, y con un día de trabajo, el de tu familia.

9. ¿Ese mismo factor propicia la recomendación?

En una investigación de Mariana Cerrillo sobre qué funciona mejor para que la gente asista al cine, se demostró que el cine norteamericano caía con una aceleración muy grave, por que decepcionaba mucho, pero saturaba el mercado. Sus caídas son más verticales. Mientras el cine mexicano, se estrena en tan poquitas salas que le es fundamental el boca a boca. Fenómeno que se da a partir de la segunda y tercera semana de exhibición. Entonces las caídas son menos verticales, es más horizontal.

10. ¿Qué impresión tiene usted del público mexicano? ¿Qué va a ver al cine? ¿Qué le gusta?

V.U. Depende, primero tenemos que hablar de una masa de 115 millones de mexicanos, y los que van son una masa de 30 millones de mexicanos. Entonces, a los que no atienden, les gustan básicamente lo mismo, pero con, llamémoslo así, objetos admirables diferentes. Por que la clase media esta más identificada con la cultura norteamericana, asiste a ver cine mexicano, pero la gran masa va por la catarsis. Sus 3 generos principales que está demostrado desde hace 100 años, que son: la comedia, el terror y las de aventuras. Siempre que hacen un estudio cada 5 años que Kodak antes los hacía, siempre encontrábamos los mismos resultados en consumo.

Otra cosa que quiere consumir la clase media serían, novedades. Novedades catárticas. Y hay una población muy exigente que no le gusta la oferta llamémosla repetitiva de estos 3 géneros, que busca novedades de acuerdo a su grado de estudio, pero en México la educación superior está limitada aún más que la oportunidad del

consumo. Entonces nosotros los dividimos básicamente en 2 mercados, el mercado que le llamamos de cine comercial que es de alto consumo. Y el consumo del cine de festivales. Una película que gana en festivales naciones o en el extranjero, obtiene cuando mucho 100 mil espectadores en el país, pero eso si, nuestro nombre está en boca de todos los países a donde nos invitan. Y las películas que se producen de bajo costo para este tipo de festivales. Son rentables. Y pongo como ejemplo a Carlos Reygadas.

Y por el otro lado, tenemos el monstruo de mil cabezas que le gustan las comedias, el terror, el suspenso, en este momento con identificación de clase media. Pero como no estamos atendiendo al público de bajo consumo o popular, también fue el que le dio el sustento al cine popular de los cincuentas a los noventas donde pues veían su vida cotidiana y sus costumbres vivos, a través de lo que se llamaba cine popular, la gente decía, hay que feo hacer una película de ficheras, películas de narcos, de migrantes, sigue habiendo lo mismo, pero cambió la clase.

11. ¿Hay alguna medida que pueda tomar el Estado mexicano para ayudar a cambiar ese público?

El perfil del público, no lo tiene que cambiar, lo tiene que ampliar ¿si? Si tu integras al consumo al 72% de los habitantes de este país, tienes que atender tanto al público de clase media, como al público popular, es decir, no cambiar, ampliar. No se va a poder cambiar hasta que no mejor las educación de los ciudadanos mexicanos. Como tu sabes, el sistema nacional de educación ha sido un desastre promovido desde las clases altas, para que no tengamos ciudadanos exigentes, entonces tenemos que empezar a rehacer el sistema educativo, para tener ciudadanos exigentes, ¿cuándo se va a lograr hacer eso? Quién sabe, ahorita hay un proyecto de privatizar la educación, pero esa no es solución tampoco.

12. ¿Cree usted que las actuales políticas culturales están diseñadas para apoyar a la exhibición de películas mexicanas?

V.U. La síntesis es No. Pero tienen urgentemente que entrar en cumplimiento del tratado de la diversidad cultural, que tiene un artículo que dice que el estado mexicano debe propiciar la circulación del imaginario nacional, de sus producciones audiovisuales y las del mundo.

13. ¿Qué impresión tiene de los cineastas mexicanos?

V.U. Que son plurales, están locos, pero son listos.

14. ¿En qué sistema está basado el cine mexicano actual? (directores, actores, guionistas, etc.)

V.U. Es un sistema capitalista dependiente y el cine tiene un pecado original, ese pecado es que todo lo que inviertas tiene que ser recuperado para que puedas hacer la siguiente película. Pero afortunadamente, dada la perversidad que tiene la cadena de recuperación en los últimos años existió un sistema de apoyo para que se puedan expresar sin perder hasta la camiseta, no tenemos una cadena sana, productiva sana.

15. El papel de las compañías de distribución mexicanas, ¿le parece acertado? ¿Hay camino que andar en este respecto?

Es un mercado dominado por 8 empresas, el mercado de la distribución se controla muy fácil, por que tienes que programar, en buenas salas, en buenos horarios y en buena época. Las mejores épocas están controladas por las empresas grandes sean

nacionales o transnacionales. Estamos hablando del Billboard (Warner, Sony, Disney, Columbia, United Artist) Y las nacionales que son: Videocine, Corazón y Gucci. Estas tienen el 96% del mercado dominado. Y le dejan el 3% del mercado a compañías de distribución muy chiquitas. Pues obviamente ni tienen el músculo para pelear un estreno en una fecha, tienen que resignarse a las fechas que les den los distribuidores. Entonces está muy controlado.

16. ¿Pesa más la calidad que la cantidad de una película, hablando del número de copias con el que se estrena un título?

V.U. Pesa más la calidad. Buenas películas, o más o menos buenas habrá un 10% de toda la industria del mundo. Las demás son regulares y hay un gran porcentaje de malas. Pero como tu tienes que cubrir la cartelera de un año, tu presionas vendiendo por paquete, entonces si se quieren llevar a Harry Potter, se tienen que llevar una película que es un verdadero fracaso.

Durante mucho tiempo hacían estrenos que se llamaban verticales, 5 películas, 20 copias y que el boca a boca las mantuvieran en cartelera por un año o dos. Ahora los estrenos son más horizontales, con el valor de mil dorales por copia, cuando te atreías a hacer 700, 800, sabías que con el valor de mil (dls) tenías que facturar 8 mil dls. Como unos 100 mil pesos, como unos 20 mil espectadores, sólo para recuperar el valor de la copia. Ahora con las nuevas tecnologías, ya no tienes el problema de la recuperación. Los DCPs ahora cuestan 200 dls, 150 por volumen entonces es muchísimo menos lo que tienes que invertir y a partir de enero, ya toda la programación va a ser digital entonces en todo 2013 ha sido un periodo de prueba entre 2,500 y 2,000 pantallas a la semana. Con 5 títulos los norteamericanos tienen el 92% de la programación cotidiana.

Había una iniciativa que se pusiera un tope de 20% de copias por película, pero equivale a lo mismo, a 2000 salas, entonces si sumas 5 ya usan el 100% de tus pantallas. La sociedad de directores se opuso a esto, tiene que ser máximo 500 pantallas por película, para que haya más variedad y entonces que sea realmente el público el que seleccione y no el público que selecciona sobre algo muy limitado. Un fin de semana, seleccionas sobre 6 películas que no es nada.

17. ¿Qué papel cree usted que deben de jugar las televisoras en la industria cinematográfica nacional?

V.U. Debería de ser una obligación que coadyuvará al audiovisual de la nación. Acuérdate que la televisión es la utilización del espacio aéreo nacional, a través de una concesión para beneficio de un particular. Entonces tiene que coadyuvar a un proyecto de nación. Desgraciadamente, ni paga impuestos ni ayuda.

18. Las escuelas de cine, ¿qué tipo de cineastas forman? ¿qué enfoque tienen en cuanto al tipo de cine que producen?

V.U. A su imagen y semejanza. A imagen y semejanza de los profesores. Los que dan clases son maestros que no hacen películas. Entonces lo que tienen que hacer es enseñarles a los dos mundos y no excluirlos. Ahorita en el CCC hay una integración de esto. Por que con los dos tipos de mundos se puede coexistir y se exitoso.

19. ¿Al público le importa lo que producen las escuelas? ¿A las escuelas les importa lo que quiere ver el público?

V.U. No sería su función. Las escuelas están para enseñar a utilizar los idiomas, la tecnología. En realidad no son películas, son ejercicios escolares que a veces la gente confunde como expresiones de corto, etc. ¿no? Algunos alumnos creen que ya con su segundo tercer corto, ya están en la lucha. Pero no. En realidad deberían de estar experimentando, por que nadie te paga por experimentar después. Entonces las escuelas de cine, en su último año, tienen su proyecto de tesis un largometraje. Ahí sería su primer experimento por conectar con el público, de ahí han salido películas como "Rito Terminal", "Somos lo que hay" y en películas que no se han visto. Ahí también ya es la primera vez, ahora van a utilizar todas las herramientas que aprendí en la vida y voy a tratar de comunicarme con alguien. Ese alguien es el público. Ese público puede estar interesado o no de acuerdo a lo que tu plantees. Hay películas muy diferentes. Ahora también tienen documentales, ahí está "Paciente Interno" que está teniendo una función en la Cineteca Nacional desde hace casi un mes. Pero la gente va a verla. No es que al público le interese en especial la producción de una escuela. No les importa si la hizo una escuela o no. Le interesa que le proponga el director.

20. ¿Qué cambios propondría (y en dónde) para que más mexicanos vieran cine mexicano?

V.U. Yo haría una política de concesiones, haría una política de coordinación audiovisual con todos los estados. En el cual a través de franquicias dices, a ver, yo tengo la posibilidad de coadyuvar contigo, si tu tienes un local, te mejoro lo que necesites, pantalla, butacas, sonido, lo que sea. A cambio que te coordines con los estrenos nacionales que yo voy a programar. Entonces, imagínate, que coordináramos unos 500 a través del satélite, ponemos el proyector, el receptor que todo el mundo lo va a tener. Entonces subimos una película que va directo a 500 pantallas, 3 días, 3 funciones, a \$10.00. La gente lo va a empezar a ver. No vas a permanecer en ese circuito más que esa semana. Por que inmediatamente, acabando esa función, se vendería el DVD, que lo vendas máximo a \$30.00

Posiblemente puedas hacer dúplex, la película de un director, y la anterior que también valga la pena. Y entonces, estas formando público. Y entonces esa película se tendría que estar al mes o a los dos meses en televisión digital.

Puede ser tipo Netflix o en abierta, pero la idea es que sea rápido todo y mucho cine mexicano circulando. Entonces de repente estás estrenando 50 películas y le haces competencia a las norteamericanas. Y entonces sirve de control de precio, para ya no tener que ir a comprar piratería.

¿Algún comentario adicional?

Salúdame a Lucy (Hinojosa) que es la que nos cubre el área del norte del país.

ANEXO 4

Tabla 3

Número de películas exhibidas por país de origen que se exhibieron en los cines comerciales de Monterrey en dos semanas compuestas de 2012

PE: Películas exhibidas **NS:** Número de salas o funciones

PAÍS DE ORIGEN	Enero		Febrero		Marzo		Abril		Mayo	
	PE	NS	PE	NS	PE	NS	PE	NS	PE	NS
México			3	11	5	63	6	62	3	13
Coproducciones mexicanas	1	11	1	11					1	28
Estados Unidos	16	431	26	430	18	415	15	365	10	272
Coproducciones de EU con otros países	1	3	1	1	1	33			2	32
Francia									1	1
España	2	5					1	36	2	55
Otros países europeos	3	17	3	42	3	30	2	2	4	32
Coproducciones entre países europeos	1	1			1	4	1	4		
Países latinoamericanos							1	1		
Otros países	1	1	2	1						
Coproducciones entre otros países	1	3	1	16			1	1		
TOTAL	26	472	37	513	28	545	27	471	23	433

PAÍS DE ORIGEN	Junio		Julio 1		Julio 27		Agosto		Septiembre	
	PE	NS	PE	NS	PE	NS	PE	NS	PE	NS
México	2	16	3	40	1	1	7	35	1	38
Coproducciones mexicanas	1	1								
Estados Unidos	12	376	10	315	11	322	13	325	17	414
Coproducciones de EU con otros países	1	1	1	8	1	74	2	86	2	38
Francia	1	4	1	1	1	1	1	10	5	21
España	1	4					1	1		
Otros países europeos	2	2	2	7	3	5	3	3	2	25
Coproducciones entre países europeos	1	1	1	1			5	6	2	14
Países latinoamericanos	1	22	1	1	1	1	1	1		
Otros países	2	5								
Coproducciones entre otros países							1	1		
TOTAL	24	432	19	373	18	404	34	468	29	550

	Octubre		Noviembre		Diciembre 4		Diciembre 30	
PAÍS DE ORIGEN	PE	NS	PE	NS	PE	NS	PE	NS
México	1	3	3	35	2	19	2	41
Coproducciones mexicanas	1	5	3	36	3	43		
Estados Unidos	16	395	13	282	14	264	11	177
Coproducciones de EU con otros países	1	14	2	102	2	36	3	181
Francia	2	52	4	39				
España	1	3			2	39	1	41
Otros países europeos	7	10	3	10	2	20	2	54
Coproducciones entre países europeos			2	11				
Coproducciones entre otros países					2	7	1	2
TOTAL	29	482	30	515	27	428	20	496

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 4
Número de películas exhibidas por país de origen que se exhibieron en los cines comerciales de Monterrey en dos semanas compuestas de 2013

PE: Películas exhibidas NS: Número de salas o funciones

	Enero		Febrero		Marzo		Abril		Mayo	
PAÍS DE ORIGEN	PE	NS	PE	NS	PE	NS	PE	NS	PE	NS
México	5	24			1	2	4	43	8*	78
Coproducciones mexicanas	1	39	2	8	19	402	1	1	2	2
Estados Unidos	18	273	20	249	1	2	16	368	17	362
Coproducciones de EU con otros países	4	131	4	71						
Canadá					1	1				
Francia							2	5		
España	1	36	2	54	1	16			2	19
Otros países europeos	3	22	4	29	2	10	2	11	1	23
Coproducciones entre países europeos			1	6	1	1				
Países latinoamericanos			1	1	1	15	5	5		
Coproducciones entre otros países			1	43	1	13	1	1	1	2
TOTAL	32	525	35	461	28	462	31	434	31	486

(*) Semana de Aniversario de Cineteca Nuevo León, con ciclo especial de cine regio

	Junio		Julio 1		Julio 27		Agosto		Septiembre	
PAÍS DE ORIGEN	PE	NS	PE	NS	PE	NS	PE	NS	PE	NS
México	2	22	2	2			3	8	4	22
Coproducciones mexicanas	1	1								
Estados Unidos	14	258	11	360	14	470	21	451	16	414
Coproducciones de EU con otros países	1	49	1	2					2	8
Canadá										
Francia	1	1			2	4				
España					1	1	1	1	4	5
Otros países europeos	1	8			1	1	1	1	1	4
Coproducciones entre países europeos	2	2	1	2	1	1			1	1
Países latinoamericanos	1	2							1	1
Otros países	1	49			1	1				
Coproducciones entre otros países									1	36
TOTAL	24	392	15	366	20	480	26	461	30	491

	Octubre		Noviembre		Diciembre		Diciembre	
PAÍS DE ORIGEN	PE	NS	PE	NS	PE	NS	PE	NS
México	6	54	7	100	4	34	1	8
Coproducciones mexicanas			1	1			1	1
Estados Unidos	20	301	16	291	17	273	14	250
Coproducciones de EU con otros países	2	30	3	15	2	2	5	58
Canadá								
Francia	1	4	3	4				
España			1	5				
Otros países europeos			1	1	1	11		
Coproducciones entre países europeos			1	3				
Países latinoamericanos	1	1			1	34		
Otros países			1	1				
Coproducciones entre otros países	2	26						
TOTAL	32	416	34	421	25	354	21	317

Fuente: Elaboración propia con datos de las carteleras cinematográficas del periódico El Norte.

ANEXO 5

Tabla 5

Películas mexicanas exhibidas en el 2012

PELÍCULA MEXICANA	NÚMERO DE SALAS EN LAS QUE SE EXHIBIÓ
La Revolución de Juan Escopeta	6
Los Inadaptados	4
Misión Explosiva	1
Zbăw, Mejores Amigos	46
La Leyenda de la Llorona	2
Alamar	3
Peligro Mortal	1
¡De Panzazo!	11
Aquí entre nos	27
El Lugar Más Pequeño	1
Días de Gracia	26
El Gran Milagro	2
El Cielo en tu Mirada	5
El Quinto Mandamiento	6
Cartas a Elena	15
Vida Express	1
Gimme the Power	1
Colosio	2
Flor de Fango	2
El Lenguaje de los Machetes	1
Morgana	29
La Ley de Herodes	1
Buscando a Larisa	1
Hecho en China	1
Fantástico Mundo de Juan Orol	1
Familias Partidas	1
Felix: Autoficciones de un Traficante	1
Suave Patria	38
Hecho en México	3
Chiapas, el Corazón del Café	7
Viaje de Generación	27
El Sueño de Lu	1
Contratiempo	1
La Vida Precoz y Breve de Sabina Rivas	18
180 grados	21
Santos vs. La Tetona Mendoza	20
Co-producciones	
Baile de San Juan	11
Acorazado	11
Cristiada	28
Memorias de mis Putas Tristes	5
¿Alguien ha visto a Lupita?	1
Después de Lucía	34
Buscando la Ola	1
Luna Escondida	39
Post Tenebras Lux	3

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 6

Películas mexicanas exhibidas en el 2013

PELÍCULA MEXICANA	NÚMERO DE SALAS EN LAS QUE SE EXHIBIÓ
Abolición de la Propiedad	6
Siete Años de Matrimonio	14
El Sueño de Lu	1
En la Ciudad de la Furia	2
Los Mejores Temas	1
Me Late Chocolate	2
Nosotros los Nobles	40
Traficantes de Dólares	1
Miradas Múltiples	1
Nos Vemos Papá	1
Canela	14
Cinco de Mayo: La Batalla	26
Así	1
La Última Muerte	1
Los Carboneros	1
Regiocolombia	1
Ríos de Hombres	1
La Brújula la lleva el Muerto	1
La Canción del Pulque	1
Mai Morire	1
Heli	3
Martín al Amanecer	4
No sé si cortarme las venas o dejármelas largas	7
Espacio Interior	12
Diente por Diente	1
La Cebra	2
No se Aceptan Devoluciones	42
Sobre Ella	2
Juego de Niños	7
La Castración	1
Amor a Primera Visa	44
El Edificio	1
Tercera Llamada	8
El Fuego Inolvidable	1
Espectro	19
Halley	1
Santa y el Mono de Nieve	1
No Quiero Dormir Sola	2
Marcelo	1
Deseo	8
Co-producciones	
El Cartel de los Sapos	39
El Sueño de Iván	7
ABC: Nunca Mas	1
Las Razones del Corazón	1
El Último Arrecife	1

Fuente: Elaboración propia.

ANEXO 6

Tabla 7

Número de salas de cine comercial que dieron función y películas exhibidas en promedio por día en Monterrey durante dos semanas compuestas de 2012

	En e	Fe b	Mz o	Ab r	Ma y	Ju n	Jul	Jul	Ag o	Sep t	Oc t	No v	Dic	Dic	
Total de salas de cine	472	513	545	471	433	432	37 3	40 4	468	550	48 2	515	42 8	49 6	
Total de películas exhibidas	26	37	28	27	23	24	19	18	34	29	29	30	27	20	
Total de películas mexicanas	1	4	5	6	4	3	3	1	7	1	2	6	5	2	

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 8

Número de salas de cine comercial que dieron función y películas exhibidas en promedio por día en Monterrey durante dos semanas compuestas de 2013

	Ene	Feb	Mzo	Abr	May	Jun	Jul	Jul	Ago	Sept	Oct	Nov	Dic	Dic	
Total de salas de cine	525	461	462	434	486	392	366	480	461	491	416	421	355	322	
Total de películas exhibidas	32	35	28	31	31	24	15	20	26	30	32	34	25	21	
Total de películas mexicanas	6	2	1	5	10	3	2		3	4	6	8	4	2	

ANEXO 7

Tabla 9

Sistematización de las respuestas de los entrevistados

<p>1. ¿Cómo impactan las políticas culturales a la exhibición del cine mexicano?</p>	<p>A.P. Hace falta una política que fomente y cuide dicha exhibición, y que lo haga de manera constante, como el apoyo anual del Estímulo a la promoción del Cine (EPROCINE)</p> <p>D.L. (EL EFICINE) impactó de manera benéfica aumentando la producción. Por otro lado, los esfuerzos del gobierno para levantar una industria cinematográfica, fuera del 226, son insuficientes, con escaso financiamiento o sin metas u objetivos claros.</p> <p>E.L. En realidad no lo afectan. La política que realmente ayudaría a la exhibición sería asignar cierto presupuesto para un lanzamiento decoroso (buena parte de los espectadores NO ven cine mexicano porque el 80 % de los posters de las películas mexicanas son horribles (independientemente de su calidad).</p> <p>G.P. Son los productores que se mueven para que la película se pase en “x” o “y” cine.</p> <p>J.S. Es multimodal. No creo que existan políticas administrativas a la institución de lo que es el consumo de cine mexicano. Existe más un énfasis en mecanismos de producción de cine, sin importarme si se ve o no se ve ese cine.</p> <p>J.M. En México las políticas culturales impactan no sólo a la exhibición sino todas las etapas de la industria cinematográfica debido al necesario apoyo gubernamental para la realización de películas. Sin embargo, ciertamente se ve una mayor concentración de los apoyos para las etapas</p>
--	---

	<p>de desarrollo y producción, que para la distribución y exhibición.</p> <p>L.C. Las políticas culturales afectan directamente la exhibición del cine mexicano. Que las industrias culturales no tengan la excepción desde el tratado de libre comercio, ha sido fundamental en la inequitativa situación de exhibición de la cual es víctima el cine producido en el país.</p> <p>M.T. Las políticas culturales están más enfocadas a estimular la producción: financiamiento de proyectos, becas, estímulos fiscales. En cuanto a exhibición, hace falta actualizar leyes y reglamentos.</p> <p>M.M. Afecta en cierta parte únicamente, en el sentido de seguir apoyando mucho a la producción y muy poco o nada a la exhibición.</p> <p>R.M. Definitivamente impactan mucho las políticas culturales... tenemos el éxito de la Cineteca Nacional con sus Muestras y Foros internacionales, que prueban que la gente quiere ver otro tipo de cine, teniendo "llenos totales" en sus funciones.</p> <p>V.U. Lo han dejado o al EPROCINE que nació en el 2012, se aplicó en 2013 y regresa en 2014. Y que está contenido en Filmoteca o en Cineteca, pero eso no es un estímulo lo suficientemente atractivo para que se exhiba el cine mexicano.</p>
<p>2. ¿En qué medida la industria del cine (productores, directores, guionistas) se afecta o beneficia de estas políticas?</p>	<p>A.P. Se benefician los que aplican y acceden a dichas políticas, y un gran sector que las desconoce o no las obtiene debe enfrentar una competencia sumamente desfavorable.</p> <p>D.L. Se beneficia, por un lado, pues ya algunos productores, sobre todo los que logran llegar a quienes toman decisiones dentro de las compañías estimuladoras,</p>

	<p>levantan sus proyectos. Por otro lado, se perjudica por la insuficiente, pues mucho talento no logra obtener estos financiamientos.</p> <p>E.L. Las políticas culturales actuales ayudan a productores, a pocos directores y no ayudan en nada a los guionistas.</p> <p>G.P. No hay un apoyo de gobierno, no hay impacto.</p> <p>J.S. Yo creo que no se benefician en lo más mínimo. Todo va encaminado al dictado de la exhibición. Mientras no cambie la estructura de cómo se divide el ingreso en taquilla, somos una bola de románticos e idealistas desprotegidos.</p> <p>J.M. Pues en todas. Como lo mencionaba, prácticamente todo el cine mexicano está realizado con dinero gubernamental.</p> <p>L.C. En general siento que se ven afectada más que beneficiada, son pocas las cuestiones de las políticas culturales que tienen un impacto positivo significativo. La reducción en presupuestos culturales recurrente, así como la no modificación de cuestiones fundamentales en la exhibición, distribución e incluso producción del cine a partir de la Ley de cinematografía, son determinantes en no lograr una fuerza cinematográfica nacional, que se traduzca en tener REALMENTE un industria.</p> <p>M.T. Lo que yo noto es que las políticas públicas no bastan en esta situación, tanto los cineastas consagrados y premiados, como los debutantes, buscan beneficiarse de los mismos apoyos. Esto es, que el cine mexicano no genera más cine mexicano, seguimos en esa etapa en la que todos los directores comienzan de cero y todas las películas deben financiarse con fondos del gobierno, becas extranjeras, etc.</p>
--	--

	<p>M.M. La gente que hace las películas se beneficia en gran medida ya que se asignan sueldos durante el proceso de producción pero al final no se tiene una visión mas amplia del proceso de vida de una película en México.</p> <p>R.M. Definitivamente la industria mexicana de cine en general se ve beneficiada por las políticas de éste país. No habría producción ni distribución sin el apoyo de los distintos fondos, a través de IMCINE, SHCP, Conaculta, etc. Pero falta mucho por lograr aún.</p> <p>V.U. El problema es que las autoridades actuales y las pasadas y yo creo que las del futuro también, no ven esto como un todo integral. Los artículos no recuerdo si 16 o en el 19 en el tratado de la diversidad, se habla sobre la circulación del imaginario. Entonces ellos no ponen a circular, por que a su entender, hay un número suficiente de pantallas para atender a la población, lo cual es falso. Y el problema de oferta de pantallas y costos altos en los cines se resuelve vía la piratería.</p>
<p>3. ¿Qué papel desempeñan las leyes o reglamentos?</p>	<p>A.P. Uno muy importante en este momento, así como la demanda de como consumir cine está cambiando, las leyes y reglamentos deberían ser revisadas para que no se queden atrás.</p> <p>D.L. Son los que regulan los proyectos y a los cineastas más el exceso de éstos (leyes y reglamentos) refleja una falta de visión por parte del gobierno de “Qué es lo que pretende hacer verdaderamente con la industria cinematográfica”.</p> <p>E.L. Lo ideal sería que las leyes y reglamentos estimularan más producción en más áreas del país y ayudaran a evitar la corrupción.</p> <p>G.P. Desconozco.</p>

	<p>J.S. Beneficiar un mercado de consumo, sin importar que se consuma el cine nacional o tomar el cine como una situación de desarrollo. Acabamos de ver el proyecto de presupuesto, que reduce una cantidad importante a la cultura. ¿Cuántos cineastas de arte van a hacer una película que ataque al gobierno, sin importar a cual?</p> <p>J.M. Son esenciales para la protección de las industrias culturales en países como el nuestro. Sin embargo, desafortunadamente no se siguen ni se cuidan, especialmente porque no están pensadas como soluciones integrales para el cine, sino como reglamentación sobre situaciones utópicas o con planeación incompleta.</p> <p>L.C. Son fundamentales, sin embargo, lo que se necesita es establecer penalizaciones a su no cumplimiento. Por el momento hay leyes y reglamentos que tienen propuestas que ayudarían al cine, no son lo más adecuado pero existen, pero no hay una penalización tanto a exhibidores como distribuidores, por tanto, el cumplimiento de estas leyes no existe.</p> <p>M.T. En Materia de Exhibición, sé que la ley de cinematografía sólo estipula que, por ley, las películas mexicanas deben de exhibirse mínimo, una semana en cartelera. Cosa que sí se respeta, pero es insuficiente.</p> <p>M.M. Creo que ninguno, porque la ley que dice que el cine mexicano debe tener un cierto porcentaje de salas en cines comerciales no sirve de nada debido a que están queriendo llevar a un tipo de público a un sitio donde no pertenecen este tipo de contenidos.</p> <p>R.M. Pues creo que es un arma de doble filo. Por un lado benefician pero otro lado dañan la "industria" de cine en este país.</p>
--	---

	<p>V.U. Es crucial, por que la mayoría de las leyes están hechas para corregir los defectos del mercado. Y durante 20 años en México se creyó que el mercado era capaz de corregir todo.</p>
<p>4. ¿Qué opina de los estímulos a la exhibición?</p>	<p>A.P. Necesarios para la industria y para apuntalar la industria, sería bueno que se revisen y se otorguen bajo ciertas reglas que aseguren la seriedad de quien los pide, para asegurar su buen uso.</p> <p>D.L. Me parece que la intención es buena, pero no correcta. Al fijar cuotas o estímulos a los exhibidores, los productores pudieran sentirse seguros que sus películas llegaran a la pantalla, sin siquiera, en algunos casos, haber considerado al mercado (espectadores) en cuanto a sus necesidades de entretenimiento y cultura y así el productor mexicano no tendrá que entrar en un círculo de mejora continua, pues sus cuotas de exhibición estarán aseguradas.</p> <p>E.L. No sé cómo funcionan, pero en principio, no creo que se deba ayudar a los exhibidores (son quienes se llevan el mayor porcentaje de cada peso que entra y son quienes menos participan en el proceso).</p> <p>G.P. Debería de haber un impulso para que se haya más exposición del talento nacional.</p> <p>J.S. Para entrar y poder exhibir, necesito tener una historia de exhibiciones. Con políticas neoliberales. Son escasos los estímulos en realidad.</p> <p>J.M. Nunca son suficientes, ni se atienden los proyectos que deben atenderse. Desde principios de la década del 2000, muchas veces escuché del famoso proyecto de salas digitales para cine mexicano que buscaba apoyo de FIDECINE. Jamás se concretó el proyecto.</p> <p>L.C. No sé a qué estímulos a la exhibición</p>

	<p>nos estamos refiriendo, pero no veo que haya algo que realmente represente un estímulo que incentive al exhibidor a programar cine mexicano.</p> <p>M.T. El mejor estímulo para la exhibición sería el interés de los empresarios exhibidores. Son ellos quienes pueden hacer la diferencia. Los casos de cintas como Presunto Culpable o Paradas continuas, nos muestran a empresas exhibidoras que se involucran en la producción de cine y esto genera más interés en hacer que el producto encuentre un público.</p> <p>M.M. Deben ser regulados ya que se piden cosas complicadas para poder cumplir con el estímulo, debe regularse definitivamente.</p> <p>R.M. Pues hasta ahora solo hubo una convocatoria de EPROCINE (que según entiendo no se repetirá) y muchos estuvimos más que agradecidos con este estímulo. Fueron 60 películas que recibieron dinero para poder estrenarse en salas comerciales, si no fuera por estos 80 millones de pesos, muchas de éstos proyectos beneficiados de seguro nunca hubieran visto sus estrenos en salas comerciales.</p> <p>V.U. No hay ningún tipo de estímulos para la construcción de salas. No hay ningún tipo de estímulos para la actividad de la exhibición, con otro tipo de fines y otro tipo de, digamos, impacto cultural.</p>
<p>5. Las políticas culturales actuales en materia de cinematografía, ¿promueven el tipo de cine que el público de las salas de cine comercial quiere ver?</p>	<p>A.P. En teoría si, de ahí la diferencia entre EFICINE Y FOPROCINE.</p> <p>D.L. No. En “Nosotros los Nobles” o “No se Aceptan Devoluciones” son los productores los que pensaron en el público. Las políticas del gobierno, simple y sencillamente, no contemplan a un espectador deseoso de divertirse en el cine.</p>

	<p>E.L. No, por lo general promueven un tipo de cine elitista que el grueso de la población evita. Gracias a esos apoyos se ha logrado que muchos cineastas hagan su primera película (me incluyo), pero frecuentemente en México el problema es hacer la segunda o la tercera. Lo interesante sería que hubiera una infraestructura que permitiera desarrollar proyectos que fueran llamativos para el público pero que tuvieran como base la expresión artística.</p> <p>G.P. Todo depende de en qué cine se programen las películas, hay público para todo, el chiste es saber en qué cine programarlas.</p> <p>J.S. No. No vamos a engañarnos, la gente no ve las películas que quiere ver, ve lo que las distribuidoras y las exhibidoras quieren que vean.</p> <p>J.M. No. Desafortunadamente no. El gran público quiere más de lo mismo. Más cine que parezca hollywoodense</p> <p>L.C. Esto es un punto complejo de establecer, pareciera que el público quiere ver cine norteamericano de carácter sumamente comercial, cine espectáculo por así decirlo. Sin embargo, no es que las políticas culturales promuevan esto, sino que las leyes permiten que sea esto lo que se exhiba de manera avasalladora, por tanto el público en realmente no tiene opciones, no está expuesto a otro tipo de cine, no conoce si quiera de su existencia. El problema está en la necesidad de crear público y, para ello, es necesario tener espacios de exhibición donde el público realmente acceda a una variedad cinematográfica, aprenda y, por tanto, demande.</p> <p>M.T. Es posible que sí, las políticas culturales actuales (entiendo por esto, las del gobierno) otorgan recursos a una variedad de</p>
--	--

	<p>proyectos. Yo pienso que el despertar y las acciones deben venir de parte otros sectores, concretamente de los exhibidores y la iniciativa privada en general.</p> <p>M.M. Es que no existe una política cultural que defina que tipo de cine se “debe” programar en cada sala, entonces la respuesta concreta sería “no”.</p> <p>R.M. Creo que algo de lo mas loable de los apoyos de IMCINE es que apoyan todo tipo de cine: comercial, de autor, de festivales, etc. Desde el cine de Derbez hasta el cine de Reygadas, creando una amplia gama de oferta de cine mexicano.</p> <p>V.U. No, yo creo que el tipo de políticas públicas en la producción, es muy amplio y es muy variado... Conozco muchas películas que aparentemente nacieron para ser de arte y acaban de sentido comercial, y algo que querían hacer comercial, termina como el peor de los negocios</p>
<p>6. Evaluando la desigualdad entre las películas mexicanas y norteamericanas, con respecto al tipo de estrenos que tienen en las salas de cine comercial, ¿deberían de seguir compitiendo en un libre mercado o buscar la protección del estado para mayor exhibición?</p>	<p>A.P. Las dos, debe haber un apoyo del estado para generar industria y al mismo tiempo, las películas nacionales deben aprender a competir y crear estrategias que les permitan llevar más espectadores a las salas.</p> <p>D.L. Lo más importante de una película es la historia. Es más bien, la tensión generada por una película la que determinará la compra, elemento comprendido como un factor narrativo y no mercadológico. Es decir, la necesidad de los espectadores que ver historias que los entretenga y los haga sentir emociones.</p> <p>E.L. Insisto, ese apoyo debería de darse durante el desarrollo de los proyectos. No se puede obligar a la gente a ver algo que no</p>

	<p>quiere... Ese apoyo puede dedicarse a apoyar exhibiciones en universidades y festivales, para ir creando un público que en diez años prefiera ver <i>Dogtooth</i> que <i>Spiderman</i>.</p> <p>G.P. El gobierno debería de hacer algo. Pero la verdad es que son cosas muy diferentes, aquí en esta parte, creo yo que no hay un apoyo y pues esas películas (las de Hollywood) vienen con una infraestructura muy grande, a veces son un churro y nos llegan igual.</p> <p>J.S. Es que estamos en problemas. Nuevamente llegamos al paradigma del proteccionismo o lo neoliberal. Ese es un problema grandísimo. La situación aquí es ¿cuál es la verdadera política cultural para que consumamos otro tipo de cine... Esa polarización es un fenómeno interesante, frustrante e incluso absurdo.</p> <p>J.M. La competencia en el libre mercado está perdida. Una sola película hollywoodense utiliza los recursos de producción y promoción que durante varios años nutrirían nuestra industria completa. La protección del estado también es peligrosa, puesto que lleva a la conformidad y a la disminución de la calidad de los productos. Hay que divisar un sistema mexicano que pueda balancear ambos universos.</p> <p>L.C. Es precisamente a lo que me refería en términos de la no excepción de las industrias culturales en el Tratado de Libre Comercio, la cultura no es mercancía de cambio, el cine es cultura, por tanto, debería haber una situación distinta, no una competencia ruinosa, incentivada por un duopolio que pone SIEMPRE en desventaja al cine producido en México.</p> <p>M.M. Ni una ni otra, simplemente la gente que va a salas comerciales no le interesa ver una película contemplativa mexicana, no es el mercado, y tampoco creo que se deba de</p>
--	--

	<p>“proteger” por el estado, simplemente es buscar las salas adecuadas para el público adecuado.</p> <p>R.M. Definitivamente esa desigualdad tan enorme, si sería lo justo tener protección del estado.</p> <p>V.U. La práctica de competencia entre Estados Unidos y México se llama Dumping. Todos los días las empresas norteamericanas, nos hacen dumping a la industria del cine mexicano... En otras industrias esto ya hubiera sido castigado, con una cuota compensatoria. Pero en el área de la cultura, ningún funcionado de la cultura lo ha entendido. Estamos en una competencia muy dispareja.</p>
<p>7. Se estipula en la Ley de Cinematografía, que las exhibidoras tienen que cubrir con un 10% de sus pantallas para el cine mexicano. ¿Cree que si realmente se aplicará esta cuota, iría más público a ver películas mexicanas?</p>	<p>A.P. Probablemente, eso sería un buen apoyo, sin dejar de lado que se debe hacer un estudio de donde se ven más las películas mexicanas y de hacer una labor para que la gente las conozca.</p> <p>D.L. No. Si no son buenas, la gente no irá. En economía, el mercado es el que manda y la industria del cine debe entenderse como parte (y en el caso de México) fundamental del buen funcionamiento de las ciencias económicas. A nadie nos pueden obligar a comprar un producto que no queremos.</p> <p>E.L. No.</p> <p>G.P. Sí, así estaría más en el arraigo del público.</p> <p>J.S. No lo creo. En lo más mínimo. No están los mecanismos diseñados para eso. El que hace lo más caro, esta maniatado a los designios de quién le exhibe y quién decide con cuántas copias se estrena.</p> <p>J.M. No. Creo que no. Los exhibidores programan lo que les deja más dinero. No hay mala fe contra el cine mexicano, hay un</p>

	<p>estigma de que no llena salas.</p> <p>L.C. Obviamente que habría más público y, el que se cumpliera esta cuota que RARAMENTE se cumple, generaría una presencia en las salas y, como decía, poco a poco la creación de públicos que buscarían y demandarían cine nacional.</p> <p>M.M. No, creo que se tiene esta necesidad por parte de los productores mexicanos estrenar y exhibir en salas comerciales, si concentraran ese esfuerzo en circuitos comerciales, harían mejores números, más dinero y mas gente vería sus películas.</p> <p>R.M. Definitivamente, somos pocos los que vamos al cine con una película en mente. La mayoría de la gente llega al cine a ver que hay en el horario que les funciona. Si no estuviera Thor en todas las salas y la gente tuviera mas opciones, creo ciegamente que la gente vería mas cine mexicano.</p> <p>V.U. Sí, esto es una ecuación, directamente proporcional, a la oferta que se da. Si tu pones una película cada 20 minutos. Aunque sean muy poquitos espectadores, sumando el número de pantallas va a parecer que es un éxito.</p>
<p>8. ¿Qué es lo que hace que un espectador vaya al cine a ver una película mexicana?</p>	<p>A.P. El cine mexicano tiene su nicho, espectadores que consumen dicho cine, para que más gente se acerque, es necesario mostrar los casos de éxito y tener apoyos claros para el fomento del cine</p> <p>D.L. Sus necesidades de entretenimiento, específicamente, la tensión como elemento narrativo y factor causal de éxito.</p> <p>E.L. Que escuche buenos comentarios de ella, que tenga actores reconocidos, que no se vea como telenovela pero que no se sienta como que están tratando de hacer el cine de Hollywood con tres pesos.</p>

	<p>G.P. Mucho tiene que ver el protagonista, la función y la publicidad. Ahí está el caso de Derbez que es un ícono en la televisión, y la publicidad que bombardean en Facebook y en todos lados</p> <p>J.S. Es que hay tantos tipos de espectadores. Yo creo que la mayoría de gente que consume cine en México, es por la estrella en pantalla. Y la gran minoría que consume cine independiente y artístico es por que gana un premio.</p> <p>J.M. Masa crítica publicitaria. Cuando ya ha visto y escuchado de la película por distintos medios masivos e interpersonales, entonces decide que tiene que verla. En general, al menos aquí en Monterrey es común escuchar entre los grupos que van al cine “todas menos la mexicana” sin importar qué película es.</p> <p>L.C. Hoy por hoy, el gran público, desgraciadamente tiene una muy mala idea del cine nacional y lo poco que los incentiva a ir a las salas a ver una película de producción mexicana es, la presencia de un actor popular de reconocimiento cuasi televisivo como es el caso de Eugenio Derbez; otra cuestión que los hace ir es el género cinematográfico, la gente busca ver, si es mexicano, comedias románticas o comedias, difícilmente le dan la oportunidad a otros géneros, y ya no decir de películas más de corte autoral.</p> <p>M.T. El marketing, su fecha de estreno oportuna, el boca en boca.</p> <p>M.M. La accesibilidad, la comunicación y el marketing que se aplique a cada título.</p> <p>R.M. Ruido en la prensa: ya sea por las notas que genera (como Presunto Culpable), el actor protagonista famoso que tiene espacios en Televisa o TV Azteca (Jaime Camil, Eugenio Derbez), o los premios a nivel</p>
--	---

	<p>mundial que la prensa esta alabando (<i>Año Bisiesto, Heli, etc.</i>).</p> <p>V.U. Uy son tantas la variables. Que este en oferta (que esté en un cine)... Que esté a un costo accesible.</p>
<p>9. ¿Ese mismo factor propicia la recomendación?</p>	<p>A.P. En los casos de éxito si.</p> <p>D.L. Sí, la mejor publicidad es la de boca en boca.</p> <p>E.L. Sí, todos los éxitos del cine mexicano, desde Como agua para chocolate hasta Nosotros los nobles, se han basado en un muy buen “boca a boca”.</p> <p>G.P. Sí, de cierta manera sí. De hecho se esperaba que con esta última película de Omar Chaparro y Jaime Camil (<i>Amor a Primera Vista</i>), de que jalara igual, pero no fue el mismo resultado. Mucho tenía que ver ahí el resultado.</p> <p>J.S. para la minoría sí. El starsystem. Sí.</p> <p>J.M. Está basado en la recomendación.</p> <p>L.C. El voz a voz es la principal herramienta de difusión de una película mexicana que no está distribuida y apoyada por los consorcios televisivos o las majors. Pero, a pesar de que haya este voz a voz, si las películas son segregadas a salas lejanas, no accesibles o a zonas donde el consumo de otro tipo de cine no es común, sucede que las películas muren rápidamente en taquilla y, aquellos que las querían ver, no logran acceder a ellas.</p> <p>M.T. No necesariamente.</p> <p>M.M. Si, por supuesto.</p> <p>R.M. Definitivamente, el boca a boca, se genera desde ahí, desde los espacios en los</p>

	<p>medios nacionales.</p> <p>V.U. el cine norteamericano cae con una aceleración muy grave, por que decepcionaba mucho, pero saturaba el mercado. Sus caídas son más verticales. Mientras el cine mexicano, se estrena en tan poquitas salas que le es fundamental el boca a boca. Fenómeno que se da a partir de la segunda y tercera semana de exhibición. Entonces las caídas son menos verticales, es más horizontal.</p>
<p>10. ¿Qué impresión tiene usted del público mexicano? ¿Qué va a ver al cine? ¿Qué le gusta?</p>	<p>A.P. Estadísticamente el drama, la comedia y las cintas de género, en otros casos películas que hablen de su idiosincrasia, pero nada es seguro, ciertamente tendría que ser la calidad.</p> <p>D.L. Es un público deseoso de divertirse, así es el mexicano. Es muy parecido, en el sentido cinematográfico, al estadounidense. Me parece que es muy inteligente al momento de adquirir un boleto y prueba está que grandes producciones hollywoodense han fracasado por sus malas historias.</p> <p>E.L. El público mexicano se comporta exactamente igual que el público alemán, italiano o canadiense; hay un grupo de gente dispuesta a atacar las producciones locales, sean como sean, la mayoría ve por default el cine de Hollywood, pero están dispuestos a ver algo diferente si han escuchado los suficientes buenos comentarios. Creo que ha aumentado enormemente el público que está dispuesto a ver cine mexicano.</p> <p>G.P. Género: comedia, terror y acción.</p> <p>J.S. A la mayoría le gusta el entretenimiento, ir a disuadirse. Le molesta mucho no entender algo, es como si te escupieran en la cara. A quién le gusta que te digan que eres un estúpido.</p> <p>J.M. Las comedias sobre todo. Los</p>

	<p>melodramas familiares.</p> <p>L.C. Nuestro público ha sido dogmado por la televisión y una presencia avasalladora de cine norteamericano grandilocuente. Entiendo que la gente va al cine a pasar un buen rato, que es caro y no pueden ver todo, pero la cuestión es que la oferta es limitada, pues los complejos se atiborran de blockbusters americanos, acompañados por películas norteamericanas de medio pelo y es lo que la gente termina por ver y creer que es lo que hay. La gente no busca películas como tal, va a las salas y asume que ahí estarán, pues es lo que pasa con las películas americanas que salen hasta con miles de copias. Pero cuando están interesados en una película mexicana que ha salido con copias en los dos dígitos, van al cine (al que siempre van) esperando que ahí esté, pero no sucede, pues las salidas son más pequeñas y las películas son maltratadas en cuanto a los complejos en los que se exhiben.</p> <p>M.T. Le gusta ver caras conocidas, es un público que no conoce su tradición de cine: no sabe de directores o talento nacional que trabaja en cine. Es un público que le gustan los géneros: la comedia, el cine de horror.</p> <p>M.M. Como en cada país, hay públicos para todo, al mexicano si le gusta ver cine mexicano, pero no se le ha ofrecido una plataforma correcta para verlo adecuadamente. Cierta público mexicano gusta del cine de Hollywood y nada más, pero como menciono anteriormente, creo que también hay un público que abarrota las salas de cine alternativo. No se puede generalizar.</p> <p>R.M. Definitivamente es un país que busco entretenimiento/diversión en el cine en su mayoría. Pero si somos un país que tiene un</p>
--	--

	<p>sector importante que busca propuestas distintas. Por algo a Hollywood le importa la taquilla mexicana, se sabe que el mexicano va mucho al cine. Pero así como tiene éxito Thor 2, una película de Woody Allen y/o Michael Haneke tienen su público MUY cautivo.</p> <p>V.U. Depende, primero tenemos que hablar de una masa de 115 millones de mexicanos, y los que van son una masa de 30 millones de mexicanos. Entonces, a los que no atienden, les gustan básicamente lo mismo, pero con, llamémoslo así, objetos admirables diferentes. Por que la clase media esta más identificada con la cultura norteamericana, asiste a ver cine mexicano, pero la gran masa va por la catarsis. Sus 3 géneros principales que está demostrado desde hace 100 años, que son: la comedia, el terror y las de aventuras. Siempre que hacen un estudio cada 5 años que Kodak antes los hacía, siempre encontrábamos los mismos resultados en consumo.</p>
<p>11. ¿Hay alguna medida que pueda tomar el Estado mexicano para ayudar a cambiar ese público?</p>	<p>A.P. seguir con apoyos firmes y claros a la producción y fomento del cine.</p> <p>D.L. No. El mercado manda no el gobierno.</p> <p>E.L. Educar al público desde joven. Eso se logra con apoyo a festivales y muestras, y apoyo a los jóvenes para que vean otras cosas (becas, por ejemplo, para ver el cine que se está haciendo en Corea o Grecia, completamente diferente y por eso está atrayendo a muchos espectadores locales).</p> <p>G.P. Sí, sería genial para generar una cultura del cine.</p> <p>J.S. No, al gobierno le resulta excelentemente bien que sea un público novelero. Como muerdes la mano que te da de comer. No le conviene al gobierno lo más mínimo. Para ellos es dinero desperdiciado y que me vas a agredir. Las empresas tiene</p>

	<p>derecho a programar lo que ellos quieran, por que sino sería un estado totalitario.</p> <p>J.M. Educación. No tenemos educación mediática en las escuelas. Apoyo a muestras y festivales que promuevan el cine mexicano. Apoyo a la difusión y promoción de nuestro cine dentro y fuera del país.</p> <p>L.C. Totalmente, modificaciones a la Ley Cinematográfica que han sido propuestas recurrentemente y que no se ha logrado que sean tomadas en cuenta para su aprobación.</p> <p>M.T. Es una cuestión de educación, de bases. Como muchos problemas que aquejan a México. Creo que los medios de comunicación serían los indicados para hacer algo. Ser más inclusivos con sus coberturas del cine nacional.</p> <p>M.M. Si, abrir más salas de cine alternativo, para un público definido.</p> <p>R.M. En lo personal creo que tomaría años de educación a éste país que tiene un rezago cultural histórico, que además se ha visto afectado para mal gracias a nuestra programación televisiva, en especifico gracias a lo que ofrece Televisa; televisora que ha generado un estándar muy barato de lo que es "entretenimiento" y "cultura".</p> <p>V.U. El perfil del público, no lo tiene que cambiar, lo tiene que ampliar ¿si? Si tu integras al consumo al 72% de los habitantes de este país, tienes que atender tanto al público de clase media, como al público popular, es decir, no cambiar, ampliar. No se va a poder cambiar hasta que no mejor las educación de los ciudadanos mexicanos.</p>
<p>12. ¿Cree usted que las actuales políticas culturales están diseñadas para apoyar a la exhibición de</p>	<p>A.P. En el caso del EPROCINE se necesita que sea constante y que se revise para que sea eficaz.</p> <p>D.L. No. Si ninguna política toma en cuenta</p>

<p>películas mexicanas?</p>	<p>las necesidades del consumidor, va a ser un fracaso. Otro esfuerzo por lograr mayor exhibición, no será un esfuerzo real, inteligente, científico y ni siquiera, artístico; pues el artista vive del público.</p> <p>E.L. No, no creo que haya siquiera una visión clara de eso.</p> <p>G.P. No, y si lo hay es insuficiente</p> <p>J.S. NO. Están diseñadas para producir cine mexicano.</p> <p>J.M. No. Como ya lo había mencionado, están enfocadas a la producción.</p> <p>L.C. Por supuesto que no</p> <p>M.T. No.</p> <p>M.M. No, hay muy pocas y se necesita aumentar ese número enormemente.</p> <p>R.M. No realmente, y las pocas que hay no se vigilan (como el 10% de cine mexicano en cartelera y que una película mexicana dure al menos 2 semanas en cartelera después de su estreno).</p> <p>V.U. La síntesis es No. Pero tienen urgentemente que entrar en cumplimiento del tratado de la diversidad cultural, que tiene un artículo que dice que el estado mexicano debe propiciar la circulación del imaginario nacional, de sus producciones audiovisuales y las del mundo.</p>
<p>13. ¿Qué impresión tiene de los cineastas mexicanos?</p>	<p>A.P. Hay de distintos estilos, igual de distintas pretensiones, lo importante es la diversidad y en cada rubro se pueden encontrar buenos directores.</p> <p>D.L. Encontrado. Algunos quieren realmente sacar la industria adelante haciendo productos que los consumidores quieren y</p>

	<p>además haciendo valer sus necesidades artísticas. Es decir, llevan su mensaje pero de una manera que el espectador quiere ver.</p> <p>E.L. Creo que hay de todo, pero siento que muchos colegas se han estancado en contar las mismas historias de la misma forma... Irse al lugar más feo, a rodar las historias más truculentas...</p> <p>G.P. De que la mayoría se fuga al extranjero.</p> <p>J.S. Estamos en un momento único, de estudio, de polarización. Con Cineastas como Kenya Márquez y Bernardo Arellano ganando más de 20 premios internacionales. Y el fenómeno de "Nosotros los Nobles" y "No se Aceptan Devoluciones" arrasando en taquilla. Entonces el cineasta mexicano no está haciendo cine para México. Está haciendo cine para que recibir reconocimiento.</p> <p>J.M. No están integrados en una industria. El cine mexicano es artesanal. Es un cine de óperas primas.</p> <p>L.C. Como cineasta del país es difícil contestar esta pregunta, pero creo que hay una gran diversidad de propuestas, que se hace muy buen cine en el país y que si se cuidara, el público podría conocer que tiene una gran diversidad de opciones de género y temas en las películas hechas en México.</p> <p>M.T. Que son autores, que tienen ambiciones artísticas y no pueden conectar con el público.</p> <p>M.M. Que hacen las cosas con mucho corazón y cada vez hay mas calidad en las producciones.</p> <p>R.M. Que es gente muy apasionada y tenaz, como en el resto del mundo, en México no hace cine el talentoso sino el necio. Y gracias a Dios en México hay muchos "necios" que hacen cine contra viento y marea.</p>
--	---

	<p>V.U. Que son plurales, están locos, pero son listos.</p>
<p>14. ¿En qué sistema está basado el cine mexicano actual? (directores, actores, guionistas, etc.)</p>	<p>A.P. mayormente Directores, son pocos los actores que llevan pos si solos público a la sala, hace falta crear un starsystem.</p> <p>D.L. En su mayoría bajo un modelo clásico. Por otro lado, los directores no tienen un contrapeso real, es decir, no tienen productores que hagan contrapeso y que vean al cine como un producto de consumo; siendo así el cine, únicamente, un producto cultural.</p> <p>E.L. Las películas que están a medio camino entre la expresión artística y el cine comercial, son las que triunfan.</p> <p>G.P. Los actores</p> <p>J.S. Es un cine de directores, de realizadores, productores, guionistas, directores. Pero los apoyos están diseñados para satisfacer a artistas.</p> <p>J.M. La voluntad creativa de los directores es la que impulsa la industria. Los productores en segundo término.</p> <p>L.C. No entiendo la pregunta.</p> <p>M.T. Es difícil saberlo. Es por eso que no se consigue una fórmula que se pueda repetir.</p> <p>M.M. Creo que la base, la clave son las personas del equipo técnico, los técnicos mexicanos están considerados como unos de los mejores en el mundo, aunque claro, sin un guión no pasaría nada, dicho eso entonces, creo que el guión mexicano esta cada vez más en auge más que otra cosa.</p> <p>R.M. Definitivamente es un sistema de "directores", que tiene que fungir muchas</p>

	<p>veces como sus propios productores, por la falta de ayuda y apoyo para levantar los proyectos. Pero yo lo llamaría un sistema "darwiniana", donde se aplica la ley de "supervivencia del mas apto". Es una lucha constante cuando se quiere hacer cine, desde la realización del guión (poco se aprecia la labor del guionista), hasta levantar el financiamiento, lograr llevar acabo un rodaje sin problemas, hacer la postproduccion y lograr una exhibición comercial decente.</p> <p>V.U. Es un sistema capitalista dependiente y el cine tiene un pecado original, ese pecado es que todo lo que inviertas tiene que ser recuperado para que puedas hacer la siguiente película. Pero afortunadamente, dada la perversidad que tiene la cadena de recuperación en los últimos años existió un sistema de apoyo para que se puedan expresar sin perder hasta la camiseta, no tenemos una cadena sana, productiva sana.</p>
<p>15. El papel de las compañías de distribución mexicanas, ¿le parece acertado? ¿Hay camino que andar en este respecto?</p>	<p>A.P. Están las de siempre y luego una interesante gama de nuevas opciones, lo importante es la diversidad.</p> <p>D.L. Sí, creo que están haciendo un buen papel. Por otro lado, por supuesto que pueden mejorar, en cuando a enfocar sus distribuciones mexicanas a lo comercial (en lo particular).</p> <p>E.L. Hay mucho camino por andar. Las distribuidoras son un negocio y quieren exhibir películas que resulten rentables; pero a veces ellas mismas den trato preferencial a películas de no necesitan apoyo, en perjuicio de otras que podrían funcionar con un poco de esfuerzo.</p> <p>G.P. Hay unas que lo hacen muy bien y hay otras que no.</p> <p>J.S. La distribución en el cine, es para el</p>

	<p>cineasta, pero ya cada vez la tendencia es el consumo por internet, que eso también está elitizado. La distribución es un negocio. Y es un negocio donde lo que yo lo distribuya, no te lo pago a como te costo. Es un producto caro con una vida tan corta. Entonces la distribuidora dice, te distribuyo así y si no te gusta, ve a buscar a otro que te distribuya.</p> <p>J.M. Hay de todo. Hay algunas muy buenas y respetables. Otras que sólo viven de los apoyos que el IMCINE les da para distribuir cine mexicano y hacen un trabajo pésimo. Hay mucho camino que andar. Es un trabajo muy difícil. Es muy complicado lograr que una inversión reditue en la distribución.</p> <p>L.C. Pues no me parece acertado, le dan menos importancia a la distribución de las películas nacionales, porque las posibilidades de ganar son menores pues no encuentran tan fácil los espacios de exhibición adecuados. Hay muchísimo camino que andar al respecto, creo que son pocas las distribuidoras que se preocupan por el cine del país y lo cuidan, pero desgraciadamente son pequeñas y no logran un gran impacto.</p> <p>M.T. No sé. Creo que el hecho de ser vecinos de EEUU nos limita mucho.</p> <p>M.M. Creo que todas dependen de lo que dicta el duopolio de exhibición en México, se debe ver más allá y no lo hacen así las distribuidoras lo que está llevando al camino de que cada productor o director está distribuyendo sus propias películas en circuitos alternativos y esto les está dejando más dinero que venderla por una cierta cantidad a un distribuidor.</p> <p>R.M. Como lo mencione antes, si creo que les falta mucho que aprender. No solo que se atrevan a distribuir cine mexicano, sino que sepan hacer bien las cosas. Siempre hay fallas tremendas, aun con las películas americanas que estrenan aquí.</p>
--	--

	<p>V.U. Es un mercado dominado por 8 empresas, el mercado de la distribución se controla muy fácil, por que tienes que programar, en buenas salas, en buenos horarios y en buena época. Las mejores épocas están controladas por las empresas grandes sean nacionales o transnacionales. Estamos hablando del Billboard (Warner, Sony, Disney, Columbia, United Artist) Y las nacionales que son: Videocine, Corazón y Gucci. Estas tienen el 96% del mercado dominado. Y le dejan el 3% del mercado a compañías de distribución muy chiquitas. Pues obviamente ni tienen el músculo para pelear un estreno en una fecha, tienen que resignarse a las fechas que les den los distribuidores. Entonces está muy controlado.</p>
<p>16. ¿Pesa más la calidad que la cantidad de una película, hablando del número de copias con el que se estrena un título?</p>	<p>A.P. Depende de la película, cada una se debe analizar y determinar con detenimiento con cuantas copias es preferible que salga, si con más de 100 en toda la república o con menos de 30 con estrenos focalizados.</p> <p>D.L. Pesa más la calidad pues la primera genera la segunda.</p> <p>E.L. Los espectadores que realmente quieren ver una película se van a trasladar al cine que la esté exhibiendo en su ciudad; es obvio que una película que se estrena en mil salas va a hacer algo de dinero, pero si el público al que una película va dirigida está enterado que se está exhibiendo, puede mantenerse en cartelera mucho tiempo.</p> <p>G.P. La cantidad</p> <p>J.S. De acuerdo a Cannes, "Heli" tiene mucha calidad. Puedes estrenar esa película con 400 copias y no va a servir de nada. De acuerdo a José Luis Solís, "No se aceptan devoluciones" no tiene calidad y ya ves el fenómeno.</p> <p>J.M. Es un balance de fórmula secreta. Hay</p>

	<p>que balancear la calidad del producto, con una buena dosis de publicidad, un tanto de boca en boca y el número adecuado de copias. Recordemos que Sexo Pudor y Lágrimas hizo la taquilla que logró con sólo 75 copias.</p> <p>L.C. Depende del título</p> <p>M.T. Pesa más la cantidad.</p> <p>M.M. Creo que si es más importante la calidad, porque aunque la metan en 100 salas del cine comercial, siempre se va a competir con las mismas 100 copias pero de alguna película de Hollywood.</p> <p>R.M. Pues pesa la "calidad" en términos de lo que una distribuidora considera comercial.</p> <p>V.U. Pesa más la calidad. Buenas películas, o más o menos buenas habrá un 10% de toda la industria del mundo. Las demás son regulares y hay un gran porcentaje de malas.</p>
<p>17. ¿Qué papel cree usted que deben de jugar las televisoras en la industria cinematográfica nacional?</p>	<p>A.P. Uno importante, con mayor difusión.</p> <p>D.L. Direccionar más recursos para convertirse en productoras y distribuidoras.</p> <p>E.L. Sería ideal que por ley tuvieran que dedicarle un pequeño porcentaje de sus recursos al cine, como ocurre en Francia, España e Italia. No se puede obligar a exhibidoras o distribuidoras a exhibir cierto tipo de cine, pero si se puede legislar apoyo de las televisoras al cine pues éstas son concesiones.</p> <p>J.S. Para mí es nodal. Lo que hace España es importantísimo. Esos son mecanismos más inteligentes de generar público y generar cultura cinematográfica, el gran problema es que pongan que hace cine a generar políticas.</p> <p>J.M. Creo que tienen una responsabilidad de</p>

	<p>apoyar en la producción de obras cinematográficas, de exhibir obras cinematográficas, y sobre todo de compensar adecuadamente y a tiempo a los productores.</p> <p>L.C. Creo que el esquema Español da una buena pista de lo que las televisoras deberían hacer para la industria cinematográfica. Si revisas como funciona te darás una idea.</p> <p>M.M. La TV es el futuro de la exhibición de cine en México, eso y el VOD, multiplataformas, ya ha cambiado la forma de consumir cine por mucho y la TV es parte central de esto.</p> <p>R.M. En una Utopía, apoyarían a todas las películas mexicanas como lo han hecho con Derbez. Por ejemplo: si en éste país se entendiera que la cultura genera dinero e industria, las televisoras se preocuparían por "hacer" estrellas de cine y no solo estrellas de tele. A CBS, NBC o ABC no les preocupa promocionar una película de la competencia. Saben que tener a tal o cual actor en su canal genera ratings o genera la futura proyección en TV de tal película.</p> <p>V.U. Debería de ser una obligación que coadyuvará al audiovisual de la nación. Acuérdate que la televisión es la utilización del espacio aéreo nacional, a través de una concesión para beneficio de un particular. Entonces tiene que coadyuvar a un proyecto de nación. Desgraciadamente, ni paga impuestos ni ayuda.</p>
<p>18. Las escuelas de cine, ¿qué tipo de cineastas forman? ¿qué enfoque tienen en cuanto al tipo de cine que producen?</p>	<p>A.P. El CCC y el CUEC han dado buenos directores cada año, para un cine que es importante fomentar, que da prestigio en el mundo. El cine comercial viene con directores formados en otros lados, los dos son necesarios.</p> <p>D.L. Me parece que la mayoría tienen un enfoque netamente artístico. En las escuelas</p>

	<p>prácticamente no se ven clases de mercadotecnia, finanzas, administración de empresas, negocios o economía.</p> <p>J.S. (En el caso de la carrera de cine en la UDEM) o nos convertimos en el nuevo Austin o qué va a suceder. Estarán en un esquema de enseñarles negocios y qué quieres hacer ¿Cine comercial, cine de autor, series de televisión?. Eso se va a ir viendo. En la escuela vamos a enseñar sin dogmas. En el CCC y CUEC son de cine artístico.</p> <p>J.M. Creo que poco a poco se ha dado más valor al trabajo del productor. Pero todos los estudiantes quieren ser directores. Eso es un problema, porque no genera industria, favorece que sigamos siendo un país de óperas primas y cineastas frustrados.</p> <p>L.C. Esto es variado, creo que las escuelas dan las bases, la decisión de qué tipo de cineasta está en la persona, no en la escuela. Sin embargo, lo que sí se les está enseñando es a entender cómo está la realidad cinematográfica del país.</p> <p>M.T. No conozco los programas de las escuelas de cine, pero me da la impresión que están más inclinados al arte que a la industria.</p> <p>M.M. Creo que sirven para mejorar técnicas, un buen cineasta no necesita ir a una escuela para poder contar una historia, pero pues si le ayuda mucho saber las técnicas, facilita el proceso.</p> <p>R.M. Forman todo tipo de cineastas: autorales, comerciales, y de cualquier género. Lo que creo que falta en éste país, es educar a los cineastas a que sean conscientes del país en el que están generando cine. No hay dinero para grandes producciones épicas, de época, de efectos visuales, efectos especiales, etc.</p>
--	--

	<p>V.U. A su imagen y semejanza. A imagen y semejanza de los profesores. Los que dan clases son maestros que no hacen películas. Entonces lo que tienen que hacer es enseñarles a los dos mundos y no excluirlos. Ahorita en el CCC hay una integración de esto. Por que con los dos tipos de mundos se puede coexistir y se exitoso.</p>
<p>19. ¿Al público le importa lo que producen las escuelas? ¿A las escuelas les importa lo que quiere ver el público?</p>	<p>A.P. debería de serlo, en ambos lados, no siempre sucede.</p> <p>D.L. En parte, asistiendo a festivales y screenings. Lamentablemente, muchas escuelas no piensan en lo que quisieran ver los espectadores, pues toman en cuenta factores como la fotografía o el arte como los más importantes y no la historia.</p> <p>E.L. Los estudiantes de cine (en México y en todo el mundo), tienden a pensar que la visión artística es el aspecto más importante de la realización cinematográfica; lo cual tiene enormes ventajas y bastantes inconvenientes. Pocas son las escuelas de cine que recuerdan a los estudiantes que deben tener muy claro qué clase de público irán dirigidas sus cintas. Es frecuente que si un estudiante manifieste que quiera tener éxito, de inmediato sus compañeros lo etiqueten como vendido o poco sofisticado.</p> <p>J.S. Pregunta fuera de un Cinépolis y pregunta fuera del Festival de Cine de Guanajuato ¿cuántas operas primas del CUEC han visto? Y ve qué sucede. Es muy raro que la gente sepa de dónde vienen las películas mexicanas.</p> <p>J.M. El público no conoce lo que producen las escuelas. A las escuelas debe importarles formar buenos cineastas, que formen industria, que piensen en ofrecer al público obras de calidad, con propuestas retadoras y atractivas a la vez. Muchas veces los cineastas piensan en una película</p>

	<p>proyectándose en un cine, pero nunca se imaginan al público disfrutándola, cuando en teoría fue lo que los llevó a ellos mismos a querer ser cineastas.</p> <p>L.C. -----</p> <p>M.T. No. Es probable que el público general ni si quiera sepa que existen escuelas de cine en México.</p> <p>M.M. Creo que no, ni una ni otra, las escuelas están para cometer errores y ser experimentales y a la mayoría del público le tiene sin cuidado lo que hagan las escuelas, creo que están más allá de un segundo plano.</p> <p>R.M. El público poco creo que sepa de donde viene tal o cual cineasta o película. Y las escuelas forman cineastas, sin tendencias o afiliaciones. Tratan de formar artistas honestos consigo mismos, sin importar el tipo de cine que quieran hacer.</p> <p>V.U. No sería su función. Las escuelas están para enseñar a utilizar los idiomas, la tecnología. En realidad no son películas, son ejercicios escolares que a veces la gente confunde como expresiones de corto, etc.</p>
<p>20. ¿Qué cambios propondría (y en dónde) para que más mexicanos vieran cine mexicano?</p>	<p>A.P. Más pantallas, apoyos de producción y fomento bien estructurados para lograr los mejores resultados, más espacios de difusión en medios.</p> <p>D.L. Pudiera ser una mayor publicidad para que estén dispuestos a ver películas en español; aunque me parece todavía, que si los mexicanos quieren ver películas en inglés, pues que los productores nacionales las hagan en este idioma.</p> <p>E.L. Como menciono antes, un lanzamiento bien pensado, en el que el público al que va dirigida la película esté enterado que esta se va a estrenar y sabe qué tipo de película va a</p>

	<p>ver, puede hacer maravillas. Incentivos fiscales y medidas como el “peso en taquilla”, impuestos a descargas de películas por internet, uso de recursos de la lotería nacional, asegurarse de que los recursos públicos que se asignen al cine se usen en eso y no se “pierdan”, apoyo a festivales y muestras de cine mexicano, etc....</p> <p>G.P. Un apoyo más fuerte por parte de estado y que el gobierno impulse una cultura del cine. Que regale cortesías o que hagan alguna promoción.</p> <p>J.S. Coercitivo televisoras. Que las televisoras nos publiciten. Si te doy el ancho de banda, así como a los partidos les das un tiempo. Igual darle espacio al cine mexicano.</p> <p>J.M. Es un trabajo monumental. No se trata de hacer un cambio aquí y otro allá. Se necesita más voluntad política del gobierno, muchos más recursos de la IP, y mucha más astucia de los productores y directores de cine. Desafortunadamente todavía con todos ellos estaríamos enfrentando a la gran maquinaria de Hollywood que poco espacio deja para las cinematografías de otras naciones.</p> <p>L.C. Laura Santollo y Rodrigo Plá, traen un plan a través de la SEP de hacer un cambio integral en el sistema educativo, que permite hacer una dogmatización en los mexicanos para que aprendan a ver cine mexicano, y lo busquen. En la generación de públicos hay una respuesta a esta situación.</p> <p>M.T. Definitivamente, la responsabilidad es compartida. Falta mucho “know how” en quienes diseñan las campañas de promoción, falta que los exhibidores sean más sensibles a las cintas mexicanas, aunque solo se comprometan a exhibir el 10% hace falta que conozcan ese producto y no predispongan al público diciéndole cosas como: “Lo que usted va a ver es un documental.” Falta que haya</p>
--	--

	<p>una continuidad en el ciclo de las películas mexicanas: anunciar el proyecto, anunciar su elenco, definir su fecha de estreno, difundir sus primeras imágenes, su póster oficial, todo esto con deadlines o fechas definidas. Falta ser más rigurosos al producir los trailers de películas mexicanas, que sean ágiles, vendibles, que comuniquen bien la clase de película que están vendiendo.</p> <p>M.M. Autodistribución y apertura de salas alternativas, creación de una red de cines de este tipo, pero con responsabilidad ya que se podría convertir en un arma de doble filo.</p> <p>R.M. Cerrar Televisa y TV Azteca (broma). Pedir espacios en televisión nacional para promocionar todo tipo de cine, así como en la prensa y radio. Y que las exhibidoras dejen de "filtrar" a través de sus programadores que películas mexicanas merecen tener estreno en sus salas y cuales, no. Que ya no dejen que las exhibidoras usen su "criterio" para ver que películas mexicanas les gustan y cuales no. Y aumenta el porcentaje de películas mexicanas en salas comerciales y que realmente se cumpla. Y que no se permita que una misma película tenga mas de 2 salas en el mismo complejo cinematográfico, como sucede con los "blockbusters" gringos. Es absurdo entrar a una cine de 10 salas y que en 4 este Thor, por ejemplo.</p> <p>V.U. Yo haría una política de concesiones, haría una política de coordinación audiovisual con todos los estados. En el cual a través de franquicias dices, a ver, yo tengo la posibilidad de coadyuvar contigo, si tu tienes un local, te mejoro lo que necesites, pantalla, butacas, sonido, lo que sea. A cambio que te coordines con los estrenos nacionales que yo voy a programar. Entonces, imagínate, que coordináramos unos 500 a través del satélite, ponemos el proyector, el receptor que todo el mundo lo va a tener. Entonces subimos una película que va directo a 500 pantallas, 3</p>
--	---

	<p>días, 3 funciones, a \$10.00. La gente lo va a empezar a ver. No vas a permanecer en ese circuito más que esa semana. Por que inmediatamente, acabando esa función, se vendería el DVD, que lo vendas máximo a \$30.00</p> <p>Posiblemente puedas hacer dúplex, la película de un director, y la anterior que también valga la pena. Y entonces, estas formando público. Y entonces esa película se tendría que estar al mes o a los dos meses en televisión digital.</p> <p>Puede ser tipo Netflix o en abierta, pero la idea es que sea rápido todo y mucho cine mexicano circulando. Entonces de repente estás estrenando 50 películas y le haces competencia a las norteamericanas. Y entonces sirve de control de precio, para ya no tener que ir a comprar piratería.</p>
<p>¿Algún comentario adicional?</p>	<p>A.P. Actualmente el cine mexicano vive un momento interesante, de crecimiento y es importante apoyarlo para que crezca en ese sentido.</p> <p>L.C. Me da mucho gusto que se esté haciendo ruido sobre este tema. Cuenta mi apoyo para lo que necesites.</p> <p>M.M. La clave es dejar de pensar que la gente de las cadenas comerciales debe exhibir las películas mexicanas, al final ellos manejan un negocio y si no les es redituable el cine mexicano, están en todo su derecho de no exhibirlo, por eso nosotros, los que nos dedicamos al cine debemos fomentar la apertura y promoción de nuevas salas, exclusivas para contenido alternativo y dirigidas a un cierto público que quiera consumir este cine.</p>

Fuente: Elaboración propia

ANEXO 8

Evidencia de envío y recepción de guía de preguntas

Evidencia Arturo Pérez Navarro

de contestar las preguntas...

Estoy al pendiente 😊

Saludos!!



Arturo Pérez Navarro

11/11/2013 11:28

oh, claro

te lo mando



Arturo Pérez Navarro

11/11/2013 11:48

va



entrevista.docx

abrir · descargar



entrevista contestada.pages

descargar

Evidencia David Lozano

Re: Cuestionario Tesis

Recibidos x



David Lozano

6 nov

para mí



español

> esloveno

Traducir mensaje

Desactivar para: español x

Qué onda, Narce.

Va la entrevista.

S.

DL.

On 11/5/13, Narce Ruiz Guzmán <narcenuiz@gmail.com> wrote:

> Hola David,

>

> Espero te encuentres bien.

>

> Yo, aquí de nueva cuenta molestandote.

>

> Por fin espero acabar este cuento interminable de mi tesis.

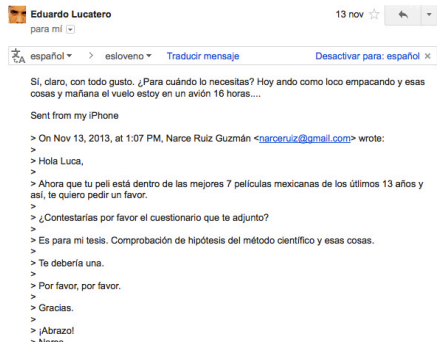
>

> Eres el único economista que conozco y por tu experiencia también del lado

> de la producción, tu opinión respecto al tema de mi investigación me es muy

> importante.


Evidencia Eduardo Lucatero



Evidencia José Luis Solís



Evidencia Juan Manuel González

Re: ¿nos vemos mañana?
Juan Manuel González
Enviados: miércoles, 13 de noviembre de 2013 18:17
Para: Narce Ruiz
entrevista a profundidad-1.docx (49.8 KB) [Vista previa](#)
 Para proteger su privacidad, no se han descargado algunas imágenes de este mensaje.

Va la encuesta.

Juan Manuel González
Director



Festival Internacional de Cine de Monterrey, A.C.
José Benítez #2006
Col. Obispaño
64040 Monterrey, Nuevo León, México
www.monterreyfilmfestival.com
@ficmonterrey

Evidencia Lucía Carreras


From: Lucía Carreras <lumocana@yahoo.com>
Date: December 1, 2013 at 11:51:39 PM CST
To: Regina MOntemayor <reginus@hotmail.com>
Subject: entrevista
Reply-To: Lucía Carreras <lumocana@yahoo.com>


Nena te adjunto la entrevista de tu amiga.


Lucía Carreras
Cel. (55) 3266-7842
SkyPe: [luciacarreras73](https://www.skype.com/username/luciacarreras73)
<http://www.nosvemospapa.com>

Evidencia Maximiliano Torres

Entrevista  [Recibidos](#) x  

 **Maximiliano Torres** 10 nov   

para mí 

 inglés > esloveno [Traducir mensaje](#) [Desactivar para: inglés](#) x

Aquí va amiga. Espero te sirva :) perdona la tardanza.



Evidencia Miguel Ángel Mendoza

23 de noviembre

 **Miguel Angel Mendoza** 23/11/2013 17:27
Estaba larguita...

 **Entrevista sobre situación del cine en México - Narce ruiz.docx** abrir · descargar

 **Miguel Angel Mendoza** 23/11/2013 17:27
pero muy interesante

perdón que tardé mucho, ando bien ocupado

espero aún te sirva

 **Narce Ruiz** 23/11/2013 17:28
Gracias sol!!

Evidencia Regina Montemayor

Re: Cuestionario Recibidos x

Regina Montemayor 20 nov
para mí

español > esloveno Traducir mensaje Desactivar para: español x

Aquí va!!

Ahorita se lo mando a Lucia, a ver si te lo puede contestar mañana

2013/11/18 Narce Ruiz Guzmán <narceruiz@gmail.com>
Regina,

Esto va directo a mi tesis.
Te agradeceré infinitamente aparte de contestarla, si me mandas una pequeña bio tuya a manera de presentación, para ponerla también en los anexos de la tesis. ¿sí?

Cualquier duda avisame por favor.

Saludos!
Narce

Evidencia Víctor Ugalde

Skype

narceruiz Añadir crédito Buscar

Portada... victor ugalde Conectado Videollamada

CONTACTOS

RECIENTES

Historial

hoy

17:41
Hola, narceruiz

17:44
victor ugalde ha compartido sus detalles con narceruiz.

Llamada iniciada 17:44

Llamada finalizada 39 minutos 2 segundos 18:23