

Economía política del cine mexicano: dos décadas de transformaciones

Lucila Hinojosa Córdova, Universidad Autónoma de Nuevo León - lhcordova@hotmail.com

Resumen

El 1º de enero de 2014 se cumplieron 20 años de la entrada en vigor del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) firmado entre México, Estados Unidos y Canadá, periodo durante el cual la industria del cine mexicano ha experimentado una serie de crisis y transformaciones. En este trabajo se presenta un análisis de los efectos que en la producción, circulación y consumo cinematográficos de películas mexicanas han tenido las políticas económicas neoliberales, cambios a las regulaciones y apertura del mercado de la industria cinematográfica nacional que se adoptaron desde la firma del TLCAN, desde la perspectiva de la economía política de la comunicación y la cultura, en la producción cinematográfica a nivel nacional durante el periodo 1992-2013; y de la exhibición y oferta de películas en los cines comerciales a nivel local como referente empírico. Como método de estudio se utilizan la investigación documental, la técnica del análisis de contenido y la encuesta. Los resultados muestran que en la primera década posterior a la entrada del TLCAN se presentó una crisis en la industria del cine que casi la hace desaparecer; sin embargo, a partir del 2006 se observa una mejoría en la producción y consumo de películas mexicanas, no así en la exhibición.

Palabras clave

Cine mexicano, producción, exhibición, consumo.

Sumario

1. Introducción 2. Marco de referencia. 3. Método. 4. Resultados y Discusión. 5. Bibliografía.

1. Introducción

El 1 de enero de 2014 se cumplieron 20 años de la entrada en vigor del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN), firmado entre México, Estados Unidos y Canadá. En estas dos décadas se han transformado la mayoría de los procesos productivos y de servicios del país para tratar de incorporarse a la dinámica mundial de la globalización de los mercados, pero con diferentes y asimétricos efectos. La adopción de políticas económicas neoliberales como la apertura de los mercados, las privatizaciones de los sectores productivos y de servicios, y las des-regulaciones o cambios legislativos en estos sectores fueron las condiciones estructurales que facilitaron la entrada de México a la dinámica de la globalización, que si bien inició desde finales de la década de 1980 fue en la de 1990 que se consolidó.

El sector de la industria cinematográfica fue uno de los sectores más afectados por estos cambios. Como se ha venido señalando en otros estudios (Hinojosa, 2003; 2006; 2007; 2010; 2012; 2013), la implicación más seria del TLCAN es que llegó a convertirse en nuestra respuesta básica a la globalización, proporcionando una gran oportunidad para acceder al mercado estadounidense de manera preferencial y de hacernos atractivos a la inversión extranjera, pero al mismo tiempo con el gran desafío de habernos insertado muy rápidamente en un entorno de libre mercado asimétrico, donde tuvimos que competir, de la noche a la mañana, con países y empresas poderosos, sin apoyos de transición como los que operan en otros contextos como el europeo.

Entre los beneficios estarían el aumento en las exportaciones y la inversión extranjera, sin descuidar el mercado interno, al impulsar el mercado nacional y las inversiones mediante acciones de fomento. Desafortunadamente, el TLCAN arrancó sin que México estableciera las condiciones internas para una participación competitiva, al menos en el sector cinematográfico.

El caso es que a las dos semanas de haberse firmado el TLCAN en 1992, se promulgó una nueva Ley Federal de Cinematografía que, junto con su Reglamento, “legalizaron” lo que luego se vio como una “transformación”, y no crisis, del circuito productivo de esta industria.

La hipótesis de trabajo que se ha venido trabajando es que las políticas económicas neoliberales aplicadas a la industria cinematográfica desde la firma del TLCAN, una de cuyas implicaciones fue la modificación de la Ley Federal de Cinematografía en 1992 para adaptarla a “las leyes del mercado”, no han tenido un impacto muy favorable en la producción y circulación de películas mexicanas en el circuito de salas comerciales del país en general, y de Monterrey en particular; sin embargo, las pocas películas mexicanas producidas en este periodo están teniendo un consumo y recepción favorables por parte de los espectadores que asisten a ver películas mexicanas en los cines comerciales de su área metropolitana.

2. Marco de referencia

- La Economía Política de la Comunicación y la Cultura

El enfoque teórico de la economía política es una de las perspectivas de mayor tradición en la investigación de la comunicación y la cultura. Desde la década de 1940, este enfoque ha guiado el trabajo de muchos investigadores alrededor del mundo y su expansión global continúa el día de hoy, desde autores pioneros como Herbert Schiller, Dallas Smythe, Armand Mattelart, Nicolas Garnham, Kaarle Nordenstreng, Cees Hamelink, Vincent Mosco y Janet Wasko, quienes inspiraron luego los trabajos de autores latinoamericanos como César Siqueira Bolaño, Enrique Sánchez Ruiz, Guillermo Mastrini, Martín Becerra, Néstor García Canclini, Rodrigo Gómez, Ana Rosas y muchos otros que han encontrado en este campo una explicación a los cambios estructurales y transformaciones históricas de los circuitos productivos de la comunicación.

Según Vincent Mosco (2009, p. 24), “la economía política es el estudio de las relaciones sociales, particularmente de las relaciones de poder, que mutuamente constituyen la producción, distribución, y consumo de recursos”. Desde este punto de vista, los productos de la comunicación como periódicos, libros, videos, películas y audiencias, son los recursos primarios. Esta definición llama la atención hacia las fuerzas fundamentales y los procesos en juego en el mercado. Hace énfasis en cómo una compañía produce una película o una revista, sus negociaciones con aquellos que lo van a distribuir en el mercado, y cómo los consumidores deciden acerca de qué ver, leer o escuchar. Finalmente, considera cómo las decisiones de los consumidores alimentan de nuevo el proceso de la producción de nuevos productos.

La Economía Política de la Comunicación y la Cultura es un enfoque teórico que analiza las articulaciones entre la producción y consumo de productos culturales. En un sistema de mercado, los productores responden a las demandas de los consumidores y, al mismo tiempo, las necesidades y deseos de los consumidores son moldeados por la oferta disponible del mercado. Diferentes modos de producción determinados por contextos socio-históricos y estructurales, configuran distintos patrones de consumo y prácticas culturales entre los consumidores.

Este enfoque crítico reconoce también la necesidad de analizar el circuito completo de la producción, distribución y consumo que determinan las lecturas de las audiencias (públicos), a los cuales ve como momentos centrales en el realización del valor y en la construcción de la vida social. Para la Economía Política de la Comunicación, el término “audiencia” no es una categoría analítica, como clase, género o raza, sino un producto de la industria cultural que usa este término para identificar mercados y definir un producto cultural para su consumo.

Las teorías culturales y artísticas demostraron largamente que la creación cultural se forma también en la circulación y recepción de los productos simbólicos. Es necesario, entonces, dar importancia en las políticas culturales a esos momentos posteriores a la generación de bienes y mensajes, o sea al consumo y apropiación de las artes y los medios masivos (García Canclini citado por Becerra y Mastrini, 2006, p. 10).

De ahí que el estudio de una industria cultural tan importante para la identidad cultural y nacional como lo es la cinematográfica, tenga en este enfoque una vía para la explicación de cómo las relaciones entre las regulaciones del Estado y la industria del cine, los factores económicos que también determina el gobierno, así como los aspectos relacionados con los procesos de selección que los espectadores desarrollan al elegir una película, han afectado el desarrollo de esta industria en las dos décadas que delimitan este estudio, sus crisis y transformaciones.

Como también señala Janet Wasko, en particular sobre la Economía Política del Cine:

La Economía Política representa una perspectiva diferente y distinta del estudio del cine, aunque no haya recibido el reconocimiento debido en el campo de los estudios filmicos... Es muy importante destacar la relevancia de las implicaciones políticas e ideológicas de las estrategias económicas, pues no en vano el cine debe también enmarcarse dentro del contexto social, económico y político general, y debe ser criticado en la medida en que contribuye a mantener y reproducir las estructuras de poder (Wasko, 2004, pp. 101-202).

- La economía política del cine mexicano post TLCAN: crisis y transformaciones

Por su contribución al crecimiento, las industrias de este sector superan ya a las de construcción, textil y automotriz. Investigadores como el economista Ernesto Piedras y Néstor García Canclini han contribuido a la aceptación de las industrias culturales y creativas como un sector de actividad económica, con personalidad propia y de gran importancia por su participación en el producto interno bruto; su alta productividad brinda al país ventajas competitivas en la interacción comercial con el resto del mundo.

Contra lo que piensan la mayor parte de los economistas y los administradores de empresas, cifras de ambos investigadores señalan que el arte y la cultura representan alrededor de 7.3 por ciento del PIB: "las industrias culturales agregan valor económico y social a naciones e individuos", asegura Piedras, para quien resultan indispensables tanto la promoción y el mantenimiento de la diversidad cultural, como el aseguramiento del acceso democrático a la cultura:

Las industrias culturales tienen esta doble naturaleza cultural-económica, y participan en la economía en términos de la creación y de la contribución del empleo al PIB. En el aspecto cuantitativo es una industria muy importante: después de la maquiladora y petrolera, la cultural es la tercera más importante del país si tomamos en cuenta que la turística suma en su participación un porcentaje significativo de lo que aportan los activos culturales (Piedras citado por Alejo, 2012).

Ya desde el informe *Creative Economy 2008* de la Organización de Naciones Unidas, México fue citado como uno de los 20 principales exportadores en el mercado global de productos creativos, alcanzando inclusive el sexto lugar entre los países en desarrollo. De hecho, México es el único país latinoamericano entre los primeros 20 a nivel mundial.

A partir de las estimaciones de Ernesto Piedras, quien ha asesorado en el tema al Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, las industrias creativas representan 7.6 por ciento de las importaciones totales y 12.7 por ciento de las exportaciones, lo que refleja un superávit para un país de balanza comercial deficitaria en general. En la generación de empleos, las industrias creativas reflejan una tendencia creciente que representa 3.66 por ciento, lo que significa alrededor de un millón 600 mil empleos, "un sector con una productividad equivalente al doble de la del promedio nacional, con alto potencial para la generación de empleos" (Piedras citado por Alejo, 2012).

- La legislación cinematográfica y la política cultural

En México, la legislación de cine, como la de otras industrias culturales, opera como política cultural. Los antecedentes de la legislación cinematográfica mexicana se remontan al año de 1913, cuando se publica el primer ordenamiento en la materia, en 1919 surge el reglamento de la censura cinematográfica, y en 1947 se expide el Reglamento de la Comisión Nacional de Cinematografía. Dos años después, en 1949, se aprueba la Ley de la Industria Cinematográfica, la cual es reformada en 1952 (Lay, 2009). En esta Ley se obligaba a los exhibidores a dar espacio en un 50% de las pantallas a la producción nacional. En 1992 se modificó esta Ley y, la actual, que sustituyó a la última de 1952, ha tenido varias adiciones en los años 1999, 2002, 2006 y 2010, pero ninguna ha tenido repercusiones significativas, al contrario, vino a restringir la exhibición de películas mexicanas de un 50% a un 10% a partir de 1997, contraviniendo la promoción o fomento, de manera sostenible y sustentable, de esta industria cultural tan importante para la construcción de la identidad y cultura nacional.

3.Método

Como método se utilizan la investigación documental, se analiza la normativa vigente y sus actualizaciones, investigaciones recientes y documentos oficiales como los informes del Instituto Mexicano de Cinematografía (IMCINE); se aplica la técnica del análisis de contenido al estudio de la oferta cinematográfica publicada en las carteleras del periódico *El Norte*, el de mayor circulación en la ciudad, con un tamaño de muestra de dos semanas compuestas por año (1992 – 2013), utilizando el intervalo como proceso de selección para obtener muestras representativas de cada año, tamaño de muestra válido para un análisis de contenido de mensajes difundidos en los medios de comunicación como la prensa (Riffe, Aust y Lacy citados por Lozano, 1994); y la encuesta.

4. Resultados y Discusión

En las dos décadas posteriores a la firma del TLCAN (1992), el cine mexicano ha pasado por una serie de crisis y transformaciones debidas en parte a las desigualdades que se observan en los flujos de intercambio comercial internacionales como el de los productos audiovisuales, en específico el de películas cinematográficas. Un control oligopólico de las empresas transnacionales distribuidoras de películas, una legislación inequitativa para el sector, aun y cuando en los últimos años se han implementado algunos estímulos fiscales en apoyo a la producción, y una ausencia de políticas culturales de promoción y fomento para el desarrollo de esta industria, propiciaron que la década de 1990 fuera la de mayor abatimiento de la producción filmica; sin embargo, a partir del 2006 se ha visto una mejoría que parece irse incrementando.

Los efectos de la legislación cinematográfica en la industria del cine

- En la producción

Ernesto Piedras (2004: 119-126) señala que son muy escasas las estadísticas que se tienen en México sobre las industrias culturales en general y destaca que de la industria audiovisual de la que con más información se cuenta es la del cine, ya que es la más importante de nuestro país; sin embargo, son pocos los estudios que se realizan a nivel regional o estatal y que analicen las consecuencias de anteponer las "leyes del mercado" por sobre las regulaciones estatales, y su impacto en los sectores productivos de bienes y servicios como es el caso del sector de las industrias culturales y, en particular, de la industria cinematográfica.

Si bien México ocupa el cuarto lugar en el mercado mundial en número de espectadores, el lugar 13 en recaudación en taquilla y el cuarto por la transferencia de regalías al extranjero por concepto de consumos de materiales audiovisuales provenientes de Estados Unidos, la producción filmica nacional no es equivalente proporcionalmente y la falta de equidad en la distribución de los ingresos no incentiva la inversión privada en esta industria, ya que, del ingreso en taquilla, el exhibidor se queda con el 50-60% menos impuestos, el distribuidor con el 30% correspondiente a la recuperación de gastos más comisión, y el productor recibe, en el mejor de los casos, un 10%. Sólo tratándose de un éxito de taquilla este porcentaje podría representar una ganancia y difícilmente una película mexicana recupera su inversión con su exhibición exclusivamente en territorio mexicano. Estos números contrastan con lo que sucede en otros países como Estados Unidos, donde el productor se lleva en promedio el 70% de los ingresos, una vez descontados los gastos de operación del exhibidor.

Estas condiciones se vienen arrastrando desde hace dos décadas, el inequitativo reparto de las ganancias en la industria del cine mexicano, lo que trae consigo el problema del financiamiento, por lo que los inversionistas o productores nacionales no quieren arriesgar su capital si no están seguros de recuperar su inversión, la cual, en el mejor de los casos, se obtiene luego de dos a tres años. Estos dos problemas, reparto inequitativo de las ganancias y dificultades de recuperación en la inversión, han impedido que se consolide el crecimiento de nuestro cine; sin embargo, "el cine mexicano cuenta con gran potencial para ser una expresión cultural rentable" (Piedras, 2004: 124). Así lo demostraron las películas *Nosotros los Nobles* y *No se aceptan devoluciones*, que en el 2013 superaron los records de taquilla en la historia del cine nacional.

En 1997, ante la crisis de la industria, el gobierno federal implementó dos estímulos para la producción: el Fondo para la Producción Cinematográfica de Calidad (FOPROCINE) y el Fondo de Inversión y Estímulos al Cine (FIDECINE), que aún y cuando la comunidad cinematográfica se dividió con algunos a favor y otros en contra, desde entonces han funcionado apoyando la producción.

Otra medida importante para la recaudación fue la aprobación del artículo 226 de la Ley del Impuesto Sobre la Renta (ISR) creado en 2013, con la que se creó un estímulo fiscal que permite acreditar el 10% del pago anual del ISR a los contribuyentes que inviertan en la producción cinematográfica, lo que ha permitido obtener recursos extraordinarios hasta por 500 millones de pesos anuales. Esta medida ha permitido impulsar la producción de películas mexicanas en el corto y mediano plazo, de tal forma que, en los últimos seis años, la producción de largometrajes nacionales se ha venido incrementado de manera sostenida gracias en su mayor parte a estos apoyos federales; tan sólo en el 2013 se apoyó al 75% de las producciones con algún tipo de estímulo (Ver Tabla 1).

Tabla 1
Producción de películas mexicanas 1989-2013

Año	Películas producidas
1989-1990	167
1991-1992	120
1993-1994	77
1995-1996	33
1997-1998	20
1999-2000	47

2001-2002	35
2003-2004	65
2005-2006	117
2007-2008	140
2009-2010	135
2011-2012	185
2013	126

Fuente: Informes del IMCINE.

En el 2013 se produjeron 126 largometrajes, la cifra más alta desde 1959, entre ficciones, documentales y animaciones. Según la información publicada en el Anuario IMCINE 2013, "la producción cinematográfica nacional se encuentra en uno de los momentos más dinámicos de su historia" (p. 19).

El volumen alcanzado, se menciona en el Anuario, posiciona a México entre los países con mayor número de películas producidas anualmente en el mundo, y como el principal productor en Latinoamérica, al menos en este pasado 2013.

Si bien la primera década *post* TLCAN no fue muy positiva para nuestro cine, a partir del 2006 se empieza a ver una mejoría que se ha mantenido a la fecha.

La creación en 1997 de estímulos federales en apoyo al cine como el FIDECINE (Fondo de Inversión y Estímulos al Cine) y el FOPROCINE (Fondo para la Producción Cinematográfica de Calidad) para apoyar la producción de películas nacionales alivió un poco la crisis, de modo que paulatinamente fue evolucionando hasta lograr que en el 2006 se produjeran 60 películas, luego de que en los primeros años posteriores al TLCAN la producción había sido muy escasa y fluctuante. A partir de ese año, el crecimiento de la producción y estreno de películas mexicanas en los cines comerciales ha ido en ascenso, a pesar de tener en contra una legislación que no apoya ni fomenta la producción ni la exhibición de películas nacionales como política cultural.

Los instrumentos del Estado para apoyar y fomentar la producción participaron en un 75 % de la producción anual del país en el 2013. El FOPROCINE, el (FIDECINE) y un nuevo Estímulo Fiscal a la Producción Cinematográfica Nacional (EFICINE, también llamado Artículo 226 del ISR) destinaron a la producción cerca de 700 millones de pesos (54 millones de dólares).

- En la exhibición

Entre las principales dificultades que ha tenido que enfrentar el cine nacional para su exhibición en salas cinematográficas comerciales se encuentra el control que las distribuidoras y exhibidoras transnacionales tienen sobre la exhibición, problemática que también enfrentan la mayoría de los países en el mundo. Esta problemática se fue agudizando y está estancada "gracias" a lo que la Ley Federal de Cinematografía permite desde 1997:

- ARTÍCULO 19.- Los exhibidores reservarán el diez por ciento del tiempo total de exhibición, para la proyección de películas nacionales en sus respectivas salas cinematográficas, salvo lo dispuesto en los tratados internacionales en los cuales México no haya hecho reservas de tiempo de pantalla.
Toda película nacional se estrenará en salas por un período no inferior a una semana, dentro de los seis meses siguientes a la fecha en que sea inscrita en el Registro Público correspondiente, siempre que esté disponible en los términos que establezca el Reglamento.
- ARTÍCULO 20.- Los precios por la exhibición pública serán fijados libremente. Su regulación es de carácter federal (Ley Federal de Cinematografía, 2010, p.4).

Como se observa, esta normativa no coadyuva a fomentar un crecimiento sostenible de la industria del cine nacional, ya que en ella se establece que a partir de 1993 iría disminuyendo el porcentaje de exhibición de películas mexicanas en pantalla por año del 50% hasta el 10% en 1997, lo que se cumple hasta la fecha.

Al respecto, y paradójicamente, en el documento firmado del TLCAN quedó asentado en el Anexo I de la Lista de México, que "el 30% del tiempo anual en pantalla en cada sala está reservado a las producciones mexicanas dentro o fuera del territorio de México" (Casas, 2000, p. 144), con lo cual se evidencia una contradicción entre lo acordado por los tres países (México, Estados Unidos y Canadá) y nuestra Ley Cinematográfica. En el Reglamento correspondiente a la Ley Federal de Cinematografía se lee en el Artículo 44:

Los exhibidores reservarán el diez por ciento del tiempo total de exhibición a la proyección de películas nacionales, sin menoscabo de lo dispuesto en los tratados internacionales de los cuales México forma parte. Tratándose de conjuntos de salas, el tiempo de reserva se calculará respecto del tiempo de pantalla anual del total de las salas que integran el conjunto (Ley Federal de Cinematografía y Reglamento, 2010, p. 58).

¿Cómo se van a generar ingresos con una escasa producción?, ¿quién se va a arriesgar a producir cuando por ley una producción mexicana sólo contará con el 10% de pantalla compartida con otras producciones nacionales?, ¿cómo se va a incrementar la asistencia (consumo) si no hay exhibición (oferta)? No se puede penetrar en un mercado cuya distribución dominan las empresas transnacionales que privilegian las producciones extranjeras, por no decir estadounidenses, las que se ven beneficiadas por las disposiciones de esta Ley Federal de Cinematografía.

Si bien ha sido significativo el crecimiento del número de salas de cine en las principales ciudades del país, no lo ha sido la oferta y diversificación de las películas que se exhiben. Como ejemplo se toma la ciudad de Monterrey, capital del Estado de Nuevo León, una de tres entidades federativas en las que se concentra demográficamente la población y un mayor número de salas, y donde se ve reflejado el impacto que en estas dos décadas han tenido las políticas culturales derivadas de la legislación de cine y las determinaciones económicas de la concentración de la distribución y exhibición cinematográficas (Ver Tabla 2):

Tabla 2
Número de salas de cine comercial que dieron función y películas exhibidas en promedio por día en Monterrey durante dos semanas compuestas* de 1992-2013

	1992	1993	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2010	2012	2013
Salas de cine	77	78	160	187	234	222	239	265	302	319	400	455	470	433
Películas exhibidas	32	29	22	21	23	24	24	25	26	27	31	30	26	27

Fuente: Elaboración propia con información de las carteleras cinematográficas del periódico El Norte de la ciudad de Monterrey, México.

Como se observa en la Tabla 2, en 1992, cuando apenas se firmó el TLCAN, todavía no se había expandido el concepto de “complejos multiplex” de los cines, ni se había liberado el precio del boleto en taquilla, los precios eran homogéneos en las salas de cine existentes en ese entonces. En las 77 salas de cine que en promedio daban función por día, se exhibían todavía 32 películas diferentes; al 2013, con 433 salas de cine que dan función en promedio por día, se exhiben sólo 27.

La liberación de precios promovida por la nueva Ley Cinematográfica fue lo que ocasionó, en parte, que las clases populares se alejaran de las salas de cine, la asistencia se volvió un lugar de “diferenciación social y distinción simbólica entre los grupos” (García Canclini, 1993), se asiste a la sala de cine de acuerdo al precio de boleto que se puede pagar. En Monterrey, como en otras ciudades del país, el precio del boleto por ver la misma película varía de 25 a 130 pesos, dependiendo del municipio o zona en que se ubique la sala.

Por otra parte, al no contar con asistentes, las salas comerciales independientes empezaron a decaer y con ello dejar el negocio de la exhibición a los propietarios de los grandes complejos; las salas pequeñas fueron desapareciendo, lucen abandonadas y, las más, fueron demolidas para dar paso a la urbanización de la posmodernidad.

En Monterrey, el comportamiento del mercado de la exhibición y oferta de películas en los cines no ha generado un entorno favorable de calidad y diversidad, como debiera de esperarse de una política cultural congruente y consistente con el fomento de una identidad nacional, ni tampoco ha favorecido el regreso de los espectadores al cine de todos los sectores sociales (Ver Tabla 3).

Tabla 3
Oferta de películas exhibidas en los cines comerciales de Monterrey por país de origen durante dos semanas compuestas de 1992 – 2013

País	1992	1993	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2010	2012	2013
México	96	78	21	15	17	20	21	19	9	33	32	60	50	57
E.U.A.	255	292	225	201	187	190	209	199	217	185	206	241	202	233
Canadá	0	0	1	1	1	0	4	1	2	23	6	1	0	1
Coprod.	1	5	4	41	90	94	73	85	93	104	89	68	58	39
Otro país	13	14	36	36	28	35	30	48	48	38	74	45	61	54
N/I	88	24	28	1	1	5	2	5	6	4	2	12	0	0

Total	453	413	315	295	324	344	339	357	375	387	409	427	371	384
-------	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----

Fuente: Elaboración propia con datos de las carteleras cinematográficas del periódico El Norte, de la ciudad de Monterrey, México.

En el 2013 se lograron estrenar 101 películas mexicanas (34 más que en el 2012, que fueron 67), de las cuales sólo 45 llegaron a las pantallas de Monterrey. Como se observa en la Tabla 3, en estas dos décadas las películas mexicanas exhibidas en promedio en las salas de cine ha sido muy fluctuante y la de películas de origen estadounidense es la que ha predominado en las pantallas, como en el resto de México.

México es el cuarto país que más personas lleva a las salas de cine después de India, Estados Unidos y China, y tiene el lugar 13 en la recaudación en taquilla a nivel mundial. Estos indicadores deben ser considerados por quienes están detrás de la industria del cine para apostarle a su inversión y producción.

- En el consumo

Las 101 películas estrenadas en el 2013 atrajeron a 30.1 millones de espectadores (Tabla 4), el 12.1% del total, 248 millones, que asistieron a las salas de cine comercial en México, lo que representa un 20% más que en el 2012, y que registró ingresos en taquilla por 1,200 millones de pesos; el año anterior el ingreso fue de casi 445 millones de pesos. Cabe mencionar que el incremento en el ingreso en taquilla se estima se debió a los éxitos de las películas *Nosotros los Nobles* y *No se aceptan devoluciones*, estrenadas ambas en el 2013 (Tabla 4).

Tabla 4
Asistencia a las salas de cine en México 2001-2013

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2012	2013
Pantallas cinematográficas	2,579	2,823	3,054	3,491	3,536	3,892	4,204	4,310	4,480	4,818	5,303	5,547
Asistencia total*	139	152	137	163	163	165	175	182	178	190	228	248
Asistencia a ver películas mexicanas*	11.9	14.7	7.5	9.0	7.1	11	13.4	13.2	12.4	11.4	10.9	30.1

Fuente: Elaboración propia con datos de los Informes del IMCINE.

(*) Millones de espectadores

A la cabeza de las 10 películas con más asistencia durante el 2013 se sitúa la mexicana *No se aceptan devoluciones*, distribuida por VIDEOCINE, con 15.2 millones de espectadores, el 50% del total de espectadores de cine nacional. El éxito de esta película hizo que se incrementara, también, el promedio de asistencia por habitante de 1.96 en el 2012 a 2.1 en el 2013. Esta película se convirtió también en la película de habla hispana más taquillera de todos los tiempos en Estados Unidos.

La también nacional *Nosotros los Nobles* ha sido la segunda más vista, con 7.1 millones, mientras que *El crimen del Padre Amaro*, que había encabezado el primer lugar hasta el 2010, quedó en tercer lugar, con 5.2 millones de espectadores.

También a nivel local se han realizado estudios sobre los espectadores de las salas de cine comercial y su percepción sobre el cine mexicano exhibido en la década de 2001 a 2010, encontrando que, a pesar de la escasez de oferta de películas nacionales en este periodo, el público ha asistido a ver las pocas que se exhiben. De una muestra promedio de alrededor de 400 espectadores de cine mexicano en las salas de cine comercial, a quienes se les ha aplicado un cuestionario, a la pregunta de si habían asistido a ver películas mexicanas en los últimos tres meses, el 56% respondió que sí en el 2001; en el 2002, 73.5%; en el 2006, 51%; en el 2008, 65%; en el 2010, 53% (Hinojosa, 2012). En estos estudios se ha encontrado que el perfil del espectador de películas mexicanas es joven, de 18-25 años, soltero, profesionista o estudiando una profesión, y con trabajo.

De acuerdo con datos de la Cámara Nacional de la Industria Cinematográfica y del Videograma (CANACINE) la asistencia per cápita del 2013 fue mucho mayor en nuestro país que en otros países de Latinoamérica y algunos de Europa: por ejemplo, Alemania 1.7, Italia 1.5, Chile 1.2, Perú y Argentina 1.1, Colombia 0.9 y Brasil 0.8. Las salas de cine continúan siendo uno de los principales contactos que tiene el público mexicano con un filme, pese a la competencia que representan las tecnologías de la información y comunicación, de bajo costo y variada oferta audiovisual (Anuario IMCINE 2013, p. 29).

Reflexiones finales

Uno de los incentivos que han permitido el crecimiento de la producción de películas mexicanas es el que se obtiene de aplicar el artículo 226 de la Ley del Impuesto Sobre la Renta, el EFICINE que ya se había mencionado, el cual otorga un beneficio fiscal a los individuos o empresas privadas interesadas en destinar parte de sus impuestos a la producción cinematográfica nacional. *Nosotros los Nobles* se hizo con un presupuesto de casi US\$3 millones que se consiguieron a través de este estímulo y algunos otros inversionistas. Si bien este nuevo incentivo es una oportunidad para nuestro cine, su crecimiento y desarrollo no tiene que ver sólo con aspectos económicos y de negocio,

falta la voluntad política de nuestros gobernantes para modificar la legislación vigente sobre cine en beneficio de los productores e inversionistas.

Si bien este estímulo ha aliviado en algo la crisis de la producción, todavía no se resuelven factores más estructurales, esto es, modificar la Ley Cinematográfica Mexicana en los artículos que se relacionan con la exhibición. Mientras “por ley” de destine el 10% en pantalla a nuestra películas y una semana como mínimo para su exhibición, no se tendrán las condiciones necesarias para un crecimiento equilibrado y sostenido de esta industria. Ni las multi premiadas películas en festivales de cine, ni la enorme taquilla recaudada por dos cintas, hacen del presente el mejor momento de nuestra cinematografía. Es un buen momento para logros aislados e individuales, no para el grueso de quienes componen una industria cinematográfica mexicana en vías de desarrollo.

Si bien la primera década *post* TLCAN fue de incertidumbre, desde el 2006 se observa que existe una industria cinematográfica en mejoría y mucho se debe a la aplicación de los estímulos gubernamentales como el del EFICINE y a nuevos modelos de negocio a los que se acogen productores e inversionistas que creen en nuestro cine, pero también a que existe un público que ha ido en aumento y que está apoyando su cine al asistir a las salas.

Si bien existen determinaciones económicas y políticas de índole internacional como la preponderancia de las políticas económicas neoliberales, así como de carácter nacional como lo es una legislación cinematográfica inequitativa para nuestro cine, hay que voltear a ver el éxito de películas como *Nosotros los Nobles* y *No se aceptan devoluciones*, a aprender de los modelos de negocio a los que sus productores e inversionistas están apostando en beneficio de su éxito y de la satisfacción del público que las consume.

El incremento en las coproducciones mexicanas es señal, también, de un crecimiento en una producción transnacional de la que México forma parte, aunque en menor medida a la participación de otros países como Estados Unidos y los europeos, pero que puede ser también una alternativa para los cineastas e inversionistas que tengan voluntad de hacer películas mexicanas.

Por otra parte, los premios y reconocimientos que está obteniendo una generación de cineastas mexicanos que en la última década han participado en festivales y eventos cinematográficos internacionales, ponen el dedo en la llaga en el sentido de que no ha sido la escasez de talento lo que le hace falta a nuestro cine, sino una política cultural congruente y consistente que establezca las condiciones pertinentes para que quienes están detrás de esta industria puedan enfrentar los desafíos que la globalización de los mercados y su modelo ideológico dominante están determinando.

Es difícil predecir o establecer un pronóstico para el cine nacional de los próximos años; la insuficiencia de estudios sobre la economía de la cultura en general, y del cine en particular, no permite aún construir explicaciones integrales sobre el modo en que las industrias culturales de México y de América Latina, como la cinematográfica, se están integrando a una economía mundial que ve hacia lo transnacional como una forma de sobrevivencia.

Nuevas generaciones de espectadores globales, donde sus consumos son precisamente de estos productos transnacionales como son las co-producciones, se están formando en esta emergente cultura global, donde las políticas culturales de cada país serán determinantes para mantener un equilibrio entre una oferta transnacional distribuida inequitativamente por las empresas concentradoras de la distribución y exhibición, y la conservación de la memoria colectiva de una nación, uno de cuyos insumos principales lo es su propia cinematografía.

5. Bibliografía

- Alejo, J. (23 agosto 2012). Al alza, el valor de la cultura. Milenio, Cultura. Disponible en: <http://www.milenio.com/cdb/doc/noticias2011/3604371c5c91951eb11f9c4d159d0e0a> Consultado: 28/08/2013
- Anuario Estadístico de Cine Mexicano 2013. México, D.F.: SEP/CONACULTA.
- Barbaroux, M. (febrero-abril 2006). El sistema de patrocinio del cine y sus resultados en Francia. En Estudios Cinematográficos, 11, (29), p. 76.
- Becerra, M. y Mastrini, G. (2006). La economía política de la comunicación vista desde América Latina. En e-compoós, Revista de la Asociación Nacional de Programas de Pos-graduados en Comunicación, (2-20). Disponible en: www.compos.com.br/e-compos
- Bolaño, C. (2006). Tapando el agujero negro. Para una crítica de la Economía Política de la Comunicación. En CIC, Cuadernos de Información y Comunicación, 11, 47-56.
- García, N. (2006). “La industria cinematográfica en México y en el extranjero”. En N. García, A. Rosas y E. Sánchez (Coords.). Situación actual y perspectivas de la industria cinematográfica en México y en el extranjero. México: UdeG/IMCINE.
- Hinojosa, L. (2013). Cine transnacional y espectadores globales: oferta y consumo del cine mexicano en Monterrey 2001-2010. En L. Hinojosa, E. De la Vega y T. Ruiz (coords.), El cine en las regiones de México. Monterrey, N. L.: UANL, (277-302), ISBN 978-607-27-0028-4.
- (2012). Economía política del cine mexicano: oferta y consumo de películas nacionales en Monterrey, México (2001-2010). En Eptic Online, Revista Electrónica Internacional de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación, Vol. XIV, n. 3, Sept.-Dic. 2012, ULEPICC, ISSN 1518-2487. Disponible en: <http://www.seer.ufs.br/index.php/eptic/article/view/537/450>
- (2010). Cine transnacional y espectadores globales: consumo y recepción de películas mexicanas en Monterrey, México, en J. Nieto (editor), Sociedad, desarrollo y movilidad en comunicación, Tampico, Tamps.: Universidad Autónoma de Tamaulipas, pp. 310-326, ISBN-13: 978-84-693-1875-1. Disponible en www.eumed.net/libros/2010a/664/
- (2007). El cine mexicano. La identidad cultural y nacional. México: Trillas.
- (2007, octubre). Una historia local en el horizonte mundial: El cine mexicano en Monterrey. En J. C. Lozano (editor), Global Media Journal en Español, 4 (8). Disponible en: <http://gmje.mty.itesm.mx/>
- (2006). El cine mexicano y el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN): un análisis multidimensional. En A. Peimbert y R. Gómez (Eds.), Comunicación para el desarrollo en México. Libro colectivo AMIC 2006, (pp. 307-350). México, D. F.: AMIC y Universidad Latina de América.

- (2004, enero/marzo). El cine mexicano: un caso de recepción cinematográfica, en LOGOS CC, 3 (2), 43-52.
- (2003). El cine mexicano. De lo global a lo local. México: Trillas.
- (agosto/diciembre, 2003). El cine mexicano y su público en Monterrey: un análisis sobre la exhibición y los espectadores de 2002. En CATHEDRA, 3 (7), 107-115.
- Jiménez, L. (abril 2007). Por la política del cine. En Letras Libres, consultado el 29/08/2013. Disponible en: <http://www.letraslibres.com/revista/convivio/por-la-politica-del-cine>.
- Lay, Israel (agosto 2009). La Ley Federal de Cinematografía. Un recuento a 10 años de su publicación. Disponible en: <http://www.cineforever.com/2009/08/22/la-ley-federal-de-cinematografia-un-recuento-a-diez-anos-de-su-publicacion/> Consultado el 26 de agosto de 2011.
- Ley Federal de Cinematografía (1992). México, D. F.: Diario Oficial de la Federación, última reforma DOF 28-04-2010.
- Lozano, José Carlos (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, (pp.135-157), Guadalajara, Jal.: UdeG.
- Lozano, D., Barragán, J. y Guerra, S. (2009). El cine: el negocio de la cultura. En Innovaciones de Negocios, 6 (2), 207-224.
- Mosco, V. (2009). The Political Economy of Communication. London: Sage, 2nd. Edition.
- Mosco, V. (2006). La economía política de la comunicación: una actualización diez años después. (Traducción de M. T. García Leiva). En CIC Cuadernos de Información y Comunicación, 11, 57-79.
- Nájar, A. (2013). ¿Qué tiene la película más taquillera de México? BBC Mundo, Ciudad de México. Consultado el 17/06/2013. Disponible en: http://www.bbc.co.uk/mundo/noticias/2013/06/130614_nosotros_los_nobles_cine_mexico_secreto_exito_taquillera_alazraky_an.shtml. Consultado: 24/08/2013
- Olarte, C. (2013). ¿Por qué "Nosotros los Nobles" se ha convertido en la película mexicana más vista de su historia? América Economía, Sección Política y Sociedad. Disponible en: <http://www.americaeconomia.com/politica-sociedad/cultura-y-espectaculos/por-que-nosotros-los-nobles-se-ha-convertido-en-la-pelicula>. Consultado: 28/08/2013
- Piedras, Ernesto (2006). Crecimiento y desarrollo económicos basados en la cultura. En Las industrias culturales y el desarrollo de México. México, D. F., México: SRE/FLACSO/Siglo XXI Editores.
- (2004). ¿Cuánto vale la cultura? Contribución económica de las industrias Culturales protegidas por el derecho de autor en México. México: CONACULTA.
- Protzel, J. (2012). Los cines de América Latina frente a los rigores del cinema único. En Diálogos de la Comunicación, Revista Académica de la FELAFACS, 74, (1-11). Disponible en: <http://www.dialogosfelafacs.net/wp-content/uploads/2012/01/74-revista-dialogos-los-cines-de-america-latina.pdf>
- Rosas, A. (2006). Las batallas por la diversidad: exhibición y públicos de cine en México. En N. García, A. Rosas y E. Sánchez (coords.). Situación actual y perspectivas de la industria cinematográfica en México y en el extranjero. México, D. F.: UdeG/IMCINE.
- Sánchez, E. (2006). La industria cinematográfica del TLCAN: del mercado 'libre' a las políticas públicas. En N. García, A. Rosas y E. Sánchez (coords.), Situación actual y perspectivas de la industria cinematográfica en México y en el extranjero, (pp. 11-85), Guadalajara, Jal.: UdeG/ IMCINE.
- Sánchez, E. y Gómez, R. (2009). La Economía Política de la Comunicación y la Cultura. Un abordaje indispensable para el estudio de las industrias y las políticas culturales y de comunicación, en A. Vega (coord.), La comunicación en México. Una agenda de investigación, México, D. F.: UNAM/ UJAT/UABC/AMIC, pp. 53-68.
- Wasko, J. (2006). La Economía Política del Cine. En CIC Cuadernos de Información y Comunicación, Vol. 11, pp. 95-110, traducción de Carles Llorens-Maluquer.