

LA DESGRACIA DEL CINE MEXICANO

Por: Pedro Matute Villaseñor.

pmatute@prodigy.net.mx

Universidad de Guadalajara.

Hablar de la desgracia del cine mexicano implica muchos factores, personas, instituciones, intereses, conceptualizaciones, bloques de poder, etc., lo que habría que ir desmenuzando poco a poco para tener un panorama claro de lo que es, de lo que se quiere y lo que debería ser y representar nuestra cinematografía nacional, haciendo insuficientes estas cuantas cuartillas para abarcar la problemática en su totalidad, por lo tanto solo voy a esbozar una de las tantas desgracias de la que es presa.

Para el presente texto quiero hacer la aclaración que al referirme a la palabra cinematografía, cine, películas, films y todos los demás sinónimos o cualquier otra composición tipográfica que aluda o tenga algún nexo con las letras que conforman las palabras anteriormente mencionadas, no corresponden a su concepción más amplia de lenguaje audiovisual en el que se conservan y transmiten conocimientos, hechos, formas de vida, cuestiones etnográficas, creaciones estéticas, etc., sin importar formato, propósito, duración, realizador, producción, etc., sino que única y exclusivamente a los largometrajes que conforman una industria o industria cultural si se quiere y si esto les suena más bonito, que están destinados a ser exhibidos en las pantallas de las salas cinematográficas y posteriormente a través de los medios electrónicos como la televisión en todos sus tipos (abierta, restringida, por aire, cable o satélite, libre o de paga, etc.) y su posterior comercialización en DVD desde tiendas departamentales hasta copias no muy bien logradas que se encuentran con facilidad y anterior al estreno de la película en los tianguis a precios muy accesibles.

De un negocio en el que un empresario o grupo de ellos invirtió una considerable suma de dinero, tiempo, esfuerzo, creo empleos y por supuesto que espera obtener la recuperación de su inversión con sus respectivos dividendos en este negocio de alto riesgo, por lo que aquí las palabras como identidad, valores culturales, expresiones estéticas e incluso calidad tienen un valor relativo para cederles su lugar a otras como entretenimiento, mercadotecnia y alianzas con oligarquías mediáticas.

Este tipo de negocio como cualquier otro, tiene sus puntos fuertes y débiles para hacer que una película sea rentable. Existen fechas precisas en las cuales si se estrena un film tiene mucho mayores posibilidades de recaudar más dinero en taquilla que en otras, del mismo modo que comparándolo con otros negocios como por ejemplo los restaurantes en los que el 10 de mayo o el día de San Valentín es prácticamente imposible conseguir una mesa, o los vendedores de flores que en esos días suben desproporcionadamente los precios de su producto además del 2 de noviembre, o la hotelería en las playas en donde se dan el gusto de hasta triplicar sus tarifas en las vacaciones de navidad o semana santa y aun así es difícil conseguir una habitación si no se hizo a tiempo la reservación y se pago la misma o en el peor de los casos garantizarla con la tarjeta de crédito, o las tiendas departamentales que su mayor venta y por mucho es en el mes de diciembre. E incorporando al presente texto una de las leyes de Sir Isaac Newton de que a toda acción le corresponde una reacción igual pero en sentido inverso, también existen fechas malas para las ventas, las que por lo general son inmediatamente después de cuando las cajas registradoras rebosaron de dinero, y de que la gente al no tenerlo en sus bolsillos y con las tarjetas de crédito al tope, carece de los billetes necesarios para gastarlos.

El negocio cinematográfico se rige también, ya que no es la excepción, por estos mismos principios de oferta y demanda, que con la ayuda de una buena campaña publicitaria y mercadológica pueda llevar más público a las salas de exhibición cinematográfica, en donde la fecha de estreno es fundamental para lograr el objetivo deseado.

En México las mejores fechas para que la gente asista al cine, son las vacaciones de verano ya que la gran mayoría del público se compone de jóvenes y es cuando están desocupados es decir no

tienen que ir a la escuela ni hacer tareas, y posteriormente después del 25 de diciembre mientras no tengan que ir a la escuela y bien sea a ellos o a sus padres les ajuste el aguinaldo, las vacaciones de semana santa y pascua si no pudieron ir al mar y los días festivos. Por consiguiente las peores fechas son los meses de septiembre y diciembre (antes del 25).

Existen también los llamados Blockbusters (de los cuales no hay más de veinte al año y tienen diferentes niveles de producción) y no me refiero a las tiendas que rentan videos, sino a películas que son norteamericanas, que tienen una gran inversión en millones de dólares, con actores de reconocido prestigio que son imán de taquilla y una amplísima campaña publicitaria (que en algunos casos ha llegado a costar más que la misma película) en todos los medios ya sean impresos o electrónicos y en todas sus formas desde entrevistas, reseñas y desplegados que por lo general inicia aun antes del rodaje de la película y se refuerza exhaustivamente los días previos al estreno de la misma.

Estos films podrían ser estrenados en cualquier fecha y tendrían bastante éxito, pero para asegurar que este sea mayor, lo hacen en las fechas en que existe una mayor demanda por asistir a las salas de exhibición cinematográfica por lo que sin pedirle permiso a nadie desplazan a los films que se están exhibiendo en esos momentos sacándolos de la cartelera para apropiarse de la misma sin ningún recato.

Otro punto importante en este negocio es el número de copias con que se estrena una película, entre mas, mejor y como ejemplo, el tipo de películas anteriormente mencionadas al hacer el lanzamiento de un título rebasa con toda facilidad las quinientas copias, con lo que acaparan las pantallas de los complejos cinematográficos ubicados en las principales ciudades del país, ya que actualmente han cambiado los usos y costumbres de asistir a una función de cine, antes, las películas se estrenaban con pocas copias y se esperaba con ansias a que llegara a las diversas poblaciones del país. Hoy a los tres meses una película se hace vieja y pierde su rentabilidad y la gente acude a los centros comerciales donde están ubicados los complejos cinematográficos siendo parte de este paseo la entrada a ver alguna película que por lo general es la próxima a exhibirse por lo que es indispensable ofrecer al espectador múltiples horarios para que ingresen al film deseado.

El alto riesgo que implica este negocio se manifiesta en que una película tiene que recaudar cierta cantidad de dinero en solo cuatro días (viernes, sábado, domingo y lunes), topes, les llaman los distribuidores y exhibidores, lo que depende del tamaño de la sala y el precio del boleto, y si el film no logra llegar al tope establecido sale de cartelera por lo que en este aspecto las fechas de estreno son fundamentales y la publicidad previa junto con la campaña mercadológica para lograr que el publico pague su boleto para ingresar a la sala de exhibición cinematográfica a ver la película respectiva.

Ahora bien, ante todo esto nos preguntamos ¿Quién maneja el negocio del cine en México? Y por si no lo sabían los gringos, a través de sus compañías distribuidoras aglutinadas en la Motion Pictures Association of America, a quienes coloquialmente también se les llama las siete hermanas (Fox, Columbia, Artistas Unidos, Paramount, etc.). Ellos son los que deciden qué película entra a cartelera, cuando y el tiempo que dura en ella y como se han de imaginar el material proveniente del otro lado del Rio Bravo lleva mano en detrimento de la cinematografía nacional. Antaño el gobierno de nuestro país ejercía una función reguladora a través del monopolio de exhibición denominado Operadora de Teatros manteniendo accesible el precio del boleto, determinando cuando y cuales películas se debían exhibir y por supuesto todas las mexicanas llegaban a las pantallas, salvo aquellas que eran atrapadas por la censura, quedándose con el 50% del ingreso en taquilla el cual iba bajando hasta el 35% según las semanas que la cinta durara en cartelera. Así que bajo este esquema los gringos le tuvieron que entrar al aro, salvo Columbia y Fox que les entregaban su material a las llamadas salas independientes de aquella época, las que llegaron a conformar cadenas importantes en diversas zonas del país como los Montes en Guadalajara y zonas aledañas.

Ahora se puede hablar de una oligarquía de exhibidores en la que conviven tanto mexicanos y extranjeros como Cinopolis, Cinemark, Cinemex, MM Cinemas, Lumiere y otros poquísimos más. Pero en lo único que se ponen de acuerdo es en aumentar el precio del boleto de ingreso y en quedarse con

un mayor porcentaje de lo que recaude la película, pues ahora se embolsan el 60% del ingreso en taquilla mientras esta permanezca en cartelera, con lo que se afecta sintomáticamente al sector primario de esta industria que es la producción. Pero las distribuidoras transnacionales de origen norteamericano deciden ahora con mucha mayor fuerza que películas puede ver el pueblo mexicano y no por cuestiones de censura sino de rentabilidad económica que favorece y se inclina la balanza totalmente a favor de los films norteamericanos pues un mercado de alrededor de 170 millones de espectadores al año que pagan cincuenta pesos por entrar a ver una película lo que representa algo así como 850 millones de dólares no está para despreciarse, ya que además es el quinto mercado (que corresponde a la suma de los de Argentina, Brasil, Colombia, Chile, Paraguay y Bolivia) a escala mundial y que solo favorece a las compañías transnacionales norteamericanas que lo aprovechan para explotar aquí el material made in USA, relegando a las películas mexicanas a segundo término, a las que no les queda otra que recoger las migajas que quedaron del banquete audiovisual.

El sistema mediante el cual se reparte el peso en taquilla no es nada equitativo ya que primero se pagan el IVA y los derechos de autor, de lo que queda el exhibidor se queda con el 60%, después el distribuidor que en su gran mayoría son las transnacionales norteamericanas que controlan el 90% de los films que se exhiben (también existen mexicanas como Videocine y Gussi Artecinema que tienen el 8% y otras chiquitas que se pelean por el restante 2%) se quedan con el otro 40% y le entregan al productor el 15%, eso sí, después de descontarle los gastos por elaboración de copias, publicidad y propaganda y demás conceptos que se les ocurran, por lo que el productor si le va bien si acaso recibe el 10% neto pero no sabe cuando, por lo que si producir una película en México cuesta alrededor de 15 millones de pesos, se necesitan 3 millones de espectadores para que una película nacional recupere su inversión en el mercado interno.

Y la estocada final se la dio el innombrable Carlos Salinas de Gortari cuando en su afán de que se celebrara el famoso TLC, modifico la Ley de Cinematografía al reducir el tiempo de pantalla de las películas mexicanas del 50% al 10%, vender gran parte de la infraestructura cinematográfica entre ellas la Compañía Operadora de Teatros y autorizar el doblaje de los films extranjeros, con lo que le acabo entregando a los gringos esta industria y las directrices de la misma a la oligarquía transnacional representada por la Motion Pictures Association of America.

Anteriormente, hace más de cincuenta años, allá por el final de la década de los cuarentas, la industria cinematográfica llevo a ser la sexta del país según consta en el texto escrito por Emilio García Riera “El cine llegó a ser la sexta industria del país, solo debajo de la laminación, el ensamblaje de automóviles, el acero, las cervezas y los acabados de algodón” Con esta afirmación de cómo la industria cinematográfica contribuía al crecimiento del país con su aportación al producto interno bruto y logrando que a su alrededor crecieran empresas periféricas de lo más disímolas (desde las que elaboran golosinas hasta las que adiestran animales) contribuyendo al bienestar económico de cientos de familias al crear un gran número de empleos directos e indirectos y de pequeñas y medianas empresas que giraban a su alrededor, destacando la importancia que esta llegó a tener en el rubro económico, además de que por su misma naturaleza ha tenido en el ámbito estético y cultural. Pero eso ya termino desde algunos años atrás y el contexto actual en el que se desenvuelve el cine mexicano no es nada halagador como ya lo he expuesto en los párrafos anteriores al quedar a merced de las condiciones que impone el neoliberalismo económico en el que las grandes empresas transnacionales controlan con toda facilidad el mercado del cine en México. Presento a continuación algo de la numerialia que derrama la exhibición cinematográfica y situaciones que se han dado y se dan en nuestra cinematografía para ejemplificar mis aseveraciones.

Aunque los datos pertenecen al año 2005, estos no cambian significativamente año con año (en alguno se estrenaron más películas que en otro y en otro menos, pero con muy poca variación) y menos en la relación entre las películas mexicanas estrenadas y las norteamericanas y el manejo de las mismas ya que mientras las oligarquías transnacionales controlen el mercado del cine mexicano, este no sufrirá

ningún cambio y mucho menos que sea favorable para la industria cinematográfica nacional en primera instancia y de la latinoamericana a continuación.

De esta manera tenemos que en el susodicho año de referencia se estrenaron en las salas de exhibición cinematográfica del país un total de 279 largometrajes de los cuales solo 25 fueron mexicanos (el 9% del tiempo de pantalla, así que los gringos se pueden dar el lujo de no cumplir con la legislación mexicana, al cabo que nadie les hace nada) aunque en ese año se produjeron 53 películas con lo que queda demostrado que un poco más de la mitad fueron discriminadas, algo a lo que son muy afectos nuestros vecinos del norte. Y las cintas que tuvieron oportunidad de llegar a cartelera consiguieron reunir 7.1 millones de espectadores lo que represento un escaso 4.3% del total de espectadores que consumieron cine durante ese año, siendo la más rentable “Voces Inocentes” de Luis Mandoky, la que tuvo un público de poco menos de 1,700,000 personas, lo que demuestra claramente que ni siquiera alcanzo a recuperar su inversión en el mercado interno.

Parte de los bajos resultados obtenidos por la cinematografía nacional se deben como ya lo he mencionado en párrafos anteriores a que sus estrenos están relegados a las peores fechas del año, no se le distribuye y exhibe debidamente a nivel nacional, se le programa en las salas más pequeñas asignándole complejos mal ubicados, no se hace la debida promoción y publicidad, el número de copias con que entra es sumamente reducido (“El Violín”, una de las mejores películas del cine mexicano cosechando una gran cantidad de premios internacionales entro con 17 copias, mientras que en Paris lo hizo con 40, solo para dar un ejemplo) lo que impide su lanzamiento masivo a nivel nacional y se le imponen difíciles y leoninos contratos de distribución y exhibición.

Esta situación no permite una buena explotación del material mexicano para establecer un nexo permanente con su público y posibilitar la recuperación de la inversión a través de lo recaudado en taquilla. Los ingresos obtenidos en el 2005 no alcanzan ni siquiera para cubrir los gastos de publicidad y propaganda de ese periodo, mucho menos para recuperar lo invertido en la producción. Esto provoca la descapitalización lenta pero segura del sector primario de la industria cinematográfica nacional, aun cuando su participación en la cadena productiva genere grandes ingresos para los otros sectores que intervienen en ella, desde la Secretaria de Hacienda y Crédito Publico a través de los impuestos que obtiene por diversos conceptos de todos aquellos que de alguna forma tienen que ver con la industria cinematográfica, hasta los estacionamientos y fabricantes de golosinas. Ya se ha demostrado la importancia de la industria cinematográfica en la economía nacional y su aportación al Producto Interno Bruto, al crecimiento del país y a la generación de empleos, además de las cuestiones intangibles pero no menos importantes como son nuestra identidad, tradiciones, valores culturales, idiosincrasia, expresión estética, etc., lo que corresponde al gobierno hacerlo a través de una legislación adecuada.

Para que quede patente la importancia del sector primario de la industria cinematográfica en la economía del país, en el 2005 por rodar 53 largometrajes, se tuvo una derrama económica de alrededor de 800 millones de pesos, creando más de cinco mil empleos directos y ocupando a mas de 150 pequeñas y medianas empresas.

En contraste tenemos que en el rubro de exhibición, aparte de que llegaron al publico menos de la mitad de lo producido en México, las 3,536 pantallas existentes en 492 complejos ubicados en las 143 ciudades más importantes del país, fueron acotadas por las siete distribuidoras más importantes del país (obviamente las de la MPAA), las que ofertaron el 98% de los films que el publico podía escoger para asistir al cine y no conformes con esto las saturaron de copias, ya que con 376 en promedio por título se quedaron con el 71% del mercado para solo 73 films en los que obviamente no figura alguna cinta mexicana. Otro ejemplo es la ciudad de México, la más grande del país, que cuenta con alrededor de 800 pantallas pero solo tiene una oferta de 40 títulos a la semana. Si analizamos con cuantas copias se estrenan los films norteamericanos, veríamos que la oferta es engañosa ya que unos cuantos títulos

acaparan los complejos y los horarios y el resto de los estrenos (si, adivinaron entre estos los mexicanos) los relegan a unas cuantas salas con escasas funciones.

Otra de las formas que se utilizan para bloquear al cine nacional es dándole malas fechas o bien sacándolo olímpicamente de cartelera, he aquí dos ejemplos de esta práctica de lo más usual. La película “Imaginum”, cinta infantil con clasificación AA, no se estreno en el verano como debería haberse hecho cuando las vacaciones escolares estaban en su apogeo y los padres no encuentran como entretener a sus niños, sino el 19 de agosto de 2005 cuando los niños regresan a clases y los padres esta súper gastados a media quincena con todas las erogaciones que tienen que hacer en la compra de todo lo necesario al volver sus vástagos a la escuela. La programaron en una de las seis semanas del año más difíciles para este tipo de películas, por lo que los bajos resultados en taquilla no fueron ninguna sorpresa, tuvo una asistencia promedio de 341 espectadores, un 60% menos que el promedio semanal, si se hubiera programado adecuadamente de menos de menos hubiera recaudado el triple de los 8 millones de pesos que ingreso a taquilla. Un ejemplo más es la magnífica película “Al Otro Lado”, que se estreno el 1 de junio de 2005 y estando en plena explotación, con indicadores económicos por día y por función, superando a otras cintas, rebasando con facilidad los topes impuestos por distribuidores y exhibidores, le fue recortada su explotación al tener que ceder su lugar para que se estrenaran tres films norteamericanos que saturaron el 94% de las pantallas nacionales, cintas que le dejaban una función a la mexicana y colmaban las quince pantallas de un complejo. Y aun así esta película mexicana llego a reunir 500,000 espectadores y que si la hubieran dejado tener una corrida comercial normal, fácilmente hubiera rebasado el millón.

Con los datos anteriormente expuestos cualquiera puede darse cuenta de la facilidad con que se controla el mercado cinematográfico mexicano por parte de los grandes capitales representados por las grandes compañías trasnacionales asociadas en la MPAA concentrando aun más el control del mismo debido a la explotación masiva y extensiva de su material teniéndolo en cartelera con un promedio semanal de 3,472 salas de exhibición de un total de las 3,536 disponibles, con lo que queda claro que las pantallas mexicanas solo sirven de escaparate para los film norteamericanos y ni siquiera gran esfuerzo tienen que hacer pues con los 30 estrenos más rentables de los 279 que se ofertaron, coptaron el 65% del mercado nacional, con lo que se reducen las posibilidades de elección del espectador mexicano y las opciones de exhibir la totalidad de las películas mexicanas, así como un cine diferente al norteamericano, así que urge modificar la legislación para que los mexicanos tengamos acceso a disfrutar de la expresión plural cinematográfica del mundo y ampliar nuestro derecho de elección de los films que deseamos ver.

Actualmente están esperando fecha de exhibición más de cincuenta películas mexicanas, pero eso no es todo en este país surrealista (como lo designo André Bretón), sino que si quitamos las 30 películas norteamericanas más rentables, el resto, unas 250 (porque si ofrecen algunas películas de otros países, pocas y en general sin ningún valor artístico o de calidad) no superaron el promedio de 500,000 espectadores por título, lo que está bastante cerca de los 300,000 que tuvieron las películas mexicanas que además se exhibieron en condiciones sumamente adversas, siendo esto una muestra clara del desprecio que se tiene de nuestra cinematografía por parte de las actores involucrados en ella (gobierno, exhibidores y distribuidores) y sobre todo por los grandes oligopolios trasnacionales representados por la MPAA a los que solo les interesa la rentabilidad económica (la de los films procedentes allende el Rio Bravo, claro está) y la implantación de su ideología dominante.

Esta es una de las peores desgracias del cine mexicano (existen otras claro está) y mientras no se haga nada al respecto, seguirá sobreviviendo en terapia intensiva, a la sombra de Hollywood.