



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA
DE MÉXICO**

FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN

**SISTEMAS DE DISTRIBUCIÓN Y EXHIBICIÓN
DEL CINE MEXICANO. 1921-2004**

**TESIS PROFESIONAL
QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

**PRESENTA:
CRISTINA GONZÁLEZ RAMÍREZ**

**ASESOR:
MTRA. CLOTILDE HERNÁNDEZ GARNICA**



MÉXICO, D.F.

2005

m348840



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

ÍNDICE

Página

INTRODUCCIÓN

1

CAPÍTULO I LAS DIVERSAS CARAS DEL CINE MEXICANO EN SU CONTEXTO HISTÓRICO

1.1	Época del cine mexicano silente (1896 – 1929)	6
1.2	Desarrollo y crecimiento de la industria cinematográfica nacional (1930-1949)	12
1.3	Crisis de la industria cinematográfica nacional (1950 – 1969)	20
1.4	Renovación y estatización del cine mexicano (1970 – 1979)	28
1.5	Desmantelamiento de la industria cinematográfica (1980 – 1994)	32
1.6	El nuevo cine mexicano (1995 – 2004)	38

CAPÍTULO II INTEGRACIÓN DE LA INDUSTRIA CINEMATOGRAFICA

2.1	Proceso de producción de una película	42
2.2	Proceso de distribución de una película	51
2.3	Proceso de exhibición de una película	57

CAPÍTULO III PANORAMA DEL CINE MEXICANO DURANTE 1995 – 2004

3.1	La eterna crisis del cine mexicano: 1995 – 2000	64
3.2	Nuestro cine naufraga: 2001 – 2004	85

CAPÍTULO IV CONSUMO Y PREFERENCIAS DEL ESPECTADOR DE CINE EN EL DISTRITO FEDERAL

4.1	El ritual de ir al cine	112
4.2	En busca del público perdido	114

CONCLUSIONES	140
ANEXO 1 CINES, PANTALLAS Y CADENAS DISTRIBUIDOS POR CADA ESTADO DE LA REPÚBLICA MEXICANA	147
ANEXO 2 INSTRUMENTO DE RECOPIACIÓN	169
ANEXO 3 CINES Y PANTALLAS EN EL DISTRITO FEDERAL DISTRIBUIDOS POR DELEGACIÓN. 2005	171
ANEXO 4 RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN DE CAMPO	173
BIBLIOGRAFÍA	199

INTRODUCCIÓN

Actualmente, la industria del cine ha alcanzado dimensiones extraordinarias que ni sus propios creadores hubieran llegado a imaginar. El cine a diferencia de otras artes, como la pintura o la música, ha trascendido en todo el mundo en mucho menor tiempo. Su principal contribución no sólo se limita a la expresión artística de una determinada situación o problemática de un grupo, sociedad o país; sino que con la existencia de una industria cinematográfica sólida aporta beneficios económicos al país de origen y, a la vez, lo representa a nivel internacional.

En México, la industria del cine se desarrolló a la par de otras grandes industrias como la estadounidense, francesa, rusa, etcétera. Sin embargo, por la situación económica, política y social de nuestro país (crisis económicas, estatización o privatización de industrias, leyes que no se cumplen) ha impedido el desarrollo y crecimiento de una verdadera industria cinematográfica.

Para que una industria cinematográfica exista debe estar conformada por sus tres sectores principales: producción, distribución y exhibición. Estos sectores están íntimamente interrelacionados para cumplir su principal objetivo: hacer llegar el producto, la película, para que sea distribuido y exhibido en los distintos canales utilizados por el público, también denominado espectador. Sin embargo, estos tres sectores al tener objetivos e intereses particulares han estado en constante pugna entre sí desde la existencia misma del cine.

Como cualquier otra industria cinematográfica, la mexicana ha dependido de las condiciones del mercado, de las políticas proteccionistas impuestas por el gobierno por lo que pocas veces, en el transcurso de su historia, ha tenido efímeros brotes de crecimiento y estabilidad.

La industria cinematográfica nacional después de haber sido una industria fuerte y creativa, en los años cuarenta y cincuenta, ha estado en crisis desde los años sesenta. Aunque es preciso señalar que en las décadas de los 70 y 80, el cine mexicano tuvo una producción de ochenta películas anuales y una alta proporción de éstas se exportaba a Latinoamérica y al mercado hispano de Estados Unidos, no obstante, esta época es recordada por su temática poco edificante. Sin embargo, en la

década de los 90, gracias al proceso económico neoliberal que se venía implantado desde hace algunos años atrás en el sector económico del país se agudizó aún más la crisis de la industria cinematográfica, la cual ya estaba en plena decadencia. Por lo tanto, desde hace una década, no puede decirse que exista una industria nacional como tal, ya que sólo se llega a producir entre 15 y 20 películas anuales en promedio.

A pesar de la existencia de una baja producción de películas mexicanas, los principales problemas a los que se enfrentan los productores al intentar explotar comercialmente sus producciones son el rechazo por parte de los distribuidores y exhibidores, ya que éstos no acceden a comercializar películas nacionales porque no ofrecen garantías de éxito como las extranjeras, especialmente las estadounidenses. Aunque algunas películas mexicanas han tenido éxito en taquilla es insuficiente para constituir una industria cinematográfica sólida.

El sistema de distribución y exhibición que impera mundialmente es el "cuello de botella" para la mayor parte de las cinematografías existentes, especialmente para aquéllas en las que existe una nula producción, como es el caso de México.

Los sectores de exhibición y distribución, en conjunto, controlan las películas más comerciales de la producción mundial y conforman una estructura comercial capaz de decidir que es lo que se proyectará en los principales circuitos de exhibición por lo que la participación de la producción nacional en los circuitos de exhibición es mínima. Las distribuidoras, en su mayoría estadounidenses, manejan con éxito las pantallas "en casi todos los países con más del 50 por ciento del tiempo de exhibición"¹, por lo que las posibilidades de desarrollo de una industria nacional se frustran al no tener la capacidad de conquistar mayores espacios en los sectores de distribución y exhibición para la producción nacional.

Aunque es preciso señalar que ha habido una mayor producción de películas mexicanas con un alto índice de calidad en los últimos diez años, hecho alentador que quizás con el transcurso de los años repercuta en la constitución de una industria nacional.

¹ GETINO, Octavio, *Cine Latinoamericano: economía y nuevas tecnologías audiovisuales*, México, Trillas, 1990, p. 36.

En cada una de las diferentes etapas que se sigue para el desarrollo de una película así como para la comercialización de ésta son aplicables los principios y técnicas de la administración para la optimización de los recursos con los que cuentan y dependen cada una de las personas que intervienen en todo el proceso.

La administración se rige por el principio de universalidad, lo que significa que sus fundamentos tienen injerencia en cualquier organización y/o actividad. Los administradores extrapolamos a nuestra realidad los elementos aplicables a nuestro objeto de estudio, como ocurre en este caso al realizar esta investigación sobre el sector cinematográfico mexicano.

Por lo que el propósito de esta tesis es conocer de que forma los sistemas de distribución y exhibición cinematográfica, en los últimos diez años, han repercutido en la comercialización de las películas mexicanas. Específicamente, los objetivos que se pretenden cubrir son:

- Conocer la distribución cinematográfica en México, sus políticas, su estructura y esquemas de organización, con el fin de identificar de que manera influyen los distribuidores en las compañías exhibidoras para que una película mexicana ingrese a cartelera.
- Conocer los diferentes procedimientos y canales de explotación comercial que utilizan las películas mexicanas para determinar por qué éstas obtienen insuficientes ingresos para su recuperación financiera.
- Identificar los factores que influyen en la preferencia del público de cine por la oferta cinematográfica. Con el fin de conocer las razones por las que la mayor parte de las películas nacionales son desconocidas para el público cuando éstas se estrenan en salas comerciales.

Es importante señalar que son pocos los estudios serios que se han realizado sobre la historia del cine mexicano y menos aquéllos acerca de su repercusión económica como industria. Como consecuencia existe poca investigación o ésta se encuentra dispersa, debido a una falta de visión y concientización sobre la recopilación y resguardo de información del cine mexicano. Como es tradición, los proyectos inician y terminan de acuerdo al período sexenal en que son planeados y algunas veces ni siquiera llegan a implantarse. A pesar de que no existe el apoyo a la investigación así

como existen pocas personas interesadas en realizarla, cabe destacar que las pocas investigaciones que se han hecho han servido de base para la realización de nuevas investigaciones.

Bajo esta perspectiva, en el primer capítulo se realizó un bosquejo histórico del cine mexicano dando mayor énfasis a los tres sectores que conforman la industria: producción, distribución y exhibición para conocer el desarrollo que cada uno ha experimentado a través de la historia del cine mexicano.

En el segundo capítulo se analizan de forma general las actividades más importantes que se realizan en cada una de las etapas que conforman el proceso de producción, distribución y exhibición de una película. Con el objeto de conocer la interacción que se da entre los sectores para obtener un producto terminado (la película) y que éste llegue hasta el público para su consumo.

En el tercer capítulo se hace un seguimiento a las producciones mexicanas realizadas durante los últimos diez años para conocer los problemas a los que se han tenido que enfrentar por la nueva interacción que se está dando entre los tres sectores de la industria como parte del proceso de globalización que se vive a nivel mundial actualmente.

En el cuarto y último capítulo, se exponen los resultados obtenidos de una investigación de campo realizada al público joven que asiste a las salas de cine en el Distrito Federal, donde se muestra como ha evolucionado el tipo de público que asiste al cine, así como los hábitos y preferencias que tiene éste por la oferta cinematográfica actual.

Por último se desarrollan algunas conclusiones preliminares para posibles estudios posteriores. Así como posibles alternativas o soluciones que los productores de cine pueden tomar en cuenta para hacer frente a la problemática por la que atraviesa el sector cinematográfico.

Finalmente debo mencionar que la principal motivación para realizar este trabajo de investigación fue el de contribuir con un estudio que vincule mi profesión: la administración con el cine. Sin embargo, es preciso señalar que al realizar esta investigación me encontré con muchos obstáculos, especialmente para poder acceder a la información con la cuentan algunas de las pocas dependencias oficiales que tienen

injerencia en el cine, información que me fue negada en muchos casos, ya que según el personal que labora en estas instituciones dijeron que la información que solicitaba era de carácter "confidencial". No obstante, el centro de investigación y documentación de la Cineteca Nacional así como de la Filmoteca de la UNAM fueron las instancias a través de las cuales obtuve mayor información para la realización de esta tesis por lo que hago un extensivo reconocimiento a su labor de recopilación, documentación y preservación del cine mexicano y mundial.

CAPITULO I LAS DIVERSAS CARAS DEL CINE MEXICANO EN SU CONTEXTO HISTÓRICO

1.1 Época del cine mexicano silente (1896 – 1929)

En sus inicios, el cinematógrafo, invento de los hermanos Lumière, causó gran expectación entre la población que se dejaba hechizar por la "magia" que generaba dicho aparato; su difusión se extiende prácticamente en todo el mundo. El espectador, absorto por las imágenes que proyectaba el cinematógrafo, era partícipe de este nuevo y fascinante espectáculo al experimentar una serie de sensaciones nuevas y desconocidas para él en ese entonces. Al principio, el cine servía para fines científicos, ya que explicaba los principios de la fotografía instantánea para el registro y estudio de fenómenos como la locomoción animal, el vuelo de aves, insectos. Sin embargo, posteriormente se le consideró como un espectáculo de feria y con el transcurso de los años adquiriría la categoría de "séptimo arte".

Von Bernard y Gabriel Vvère fueron los comisionados de exponer el cinematógrafo al presidente Porfirio Díaz en 1896. Dicho aparato tuvo buena aceptación por lo que la primera función de cine pública se llevó a cabo el 14 de agosto de 1896 en la Ciudad de México. Se exhibieron *La salida de la fábrica*, *Llegada de un tren*, *La comida del niño*, *El regador regado*.

Rápidamente el cine se convierte en el espectáculo favorito de la sociedad mexicana contemporánea por lo que se hizo necesario establecer locales o carpas para la proyección de las "vistas"² en boga.

Los emisarios de los Lumière vendieron uno de los proyectores a Ignacio Aguirre, quien continuó con las exhibiciones en la Ciudad de México. Mientras, en Guadalajara, Guillermo Becerril realizaba exhibiciones a través de un *vitascopio* de Edison. Tanto Becerril como Aguirre carecían de locales especiales para sus exhibiciones, por lo que mediante negociaciones con los dueños de determinados locales organizaban sus presentaciones.

² Se le denominaba "vistas" a las primeras películas de muy breve duración que mostraban situaciones cotidianas. Cfr. CASANOVA González, Manuel, *Las vistas. Una época del cine en México*, México, Colección Arte y Cultura, 1992, p. 21.

A nivel internacional, la empresa Pathé funda varias agencias de distribución en diversas partes del mundo para establecer y organizar las bases en las que se regiría la industria filmica mundial. "Si los Lumière inventan la técnica y Méliès el espectáculo, Pathé inventa el negocio. Pero en realidad, Pathé, sustituyendo la venta de las películas "a tanto el metro", como hacía Méliès, por su alquiler, puso las bases de lo que se convertiría en una organización compleja, con sus tres ramas diferenciadas de producción, distribución y exhibición, pero coincidiendo las tres en un objetivo común: el público."³

Los empresarios que compraban su aparato cinematográfico contaban con su respectivo paquete de películas (lotes de cien o menos). Una misma "vista" era explotada por varios empresarios. Lamentablemente, la raquítica producción nacional hizo que los empresarios escribieran a los fabricantes o realizaran viajes a Estados Unidos o Europa en busca de "vistas" nuevas.

Los principales problemas a los que se enfrentó el cine fueron la ausencia de distribuidores, la escasa producción y la problemática de adquirir nuevas "vistas". Por lo que muchos empresarios realizaron giras por todo el país (trashumancia) para dar a conocer el cinematógrafo entre los años 1900 y 1906. Dichos empresarios estaban organizados en pequeñas compañías, de tipo familiar, que se dedicaban a la filmación de acontecimientos ocurridos en aquellos lugares a donde llegaban a ofrecer sus funciones y posteriormente exhibían lo que habían filmado.

La función imperante del primer cine mexicano era sólo de informar, documentar detalladamente los hechos reales que acontecían a la gente del pueblo así como políticos de la Revolución, en estos últimos el público mostraba mayor interés. Además, se caracterizaba por seguir un arquetipo extranjero, pero con escenarios típicamente mexicanos. Aún no contaba con un estilo propio que lo diferenciara de otras cinematografías extranjeras, mientras que otros países desarrollaban un lenguaje cinematográfico propio.

El creciente interés que producía el cinematógrafo entre el público ocasionó que en poco tiempo surgieran empresarios visionarios que percibieron en él un negocio

³ GARCÍA Escudero, María José, *Vamos a hablar de cine*, España, Salvat, 1971, p. 32.

altamente rentable. Los primeros empresarios mexicanos en exhibir "vistas" nuevas fueron: Guillermo Becerril, Carlos Mongrand y Salvador Toscano.

Con el transcurso de los años surgían más y más empresas que se dedicaban a la exhibición, las cuales instalaban locales o carpas improvisadas en diversas plazuelas. Los primeros casos de apropiación de espacios para el cine, habitualmente teatros, coinciden con el crecimiento de las ciudades a fines del siglo XIX. Para 1900 había veintidós locales para la exhibición, sin embargo, no existía una oferta suficiente de programas para satisfacer la demanda que cada día iba en aumento.

Hacia 1900 el cine adquiría mayor aceptación en las clases populares, mientras que en las grandes élites no era bien aceptado. Por lo que los salones o carpas de exhibición tendieron a instalarse fuera del centro de la ciudad hasta la periferia, disminuyendo el costo del boleto considerablemente (de cincuenta pesos a dos y cinco centavos). Algunos locales fueron clausurados por no contar con las condiciones de seguridad necesarias, así como por la presión que ejercía la prensa sobre los exhibidores.

En 1906 se inauguran las primeras empresas distribuidoras y talleres o estudios cinematográficos. Una de ellas era la distribuidora mexicana de Jorge Alcalde, quien compraba películas en Europa y Estados Unidos para venderlas y alquilarlas a los exhibidores. Existían otras agencias que pertenecían a productores como la *Mexican National Phonograph Co.*, distribuidora de Edison; o la Pathé. La política de ventas de las compañías productoras era vender indiscriminadamente su material; no tenían la exclusividad de un territorio lo que ocasionaba una serie de conflictos entre los empresarios por la adquisición de los derechos.

Para 1910, había 20 cines con capacidad promedio de 250 localidades y 7 teatros con una capacidad en promedio de más del doble.

La regulación que el Estado ejercía sobre el sector de exhibición era a través del Ayuntamiento de la Ciudad de México, quien sólo se limitaba a cobrar impuestos, vigilar que los salones cumplieran con las políticas de higiene y seguridad, que se llevara a cabo la programación establecida, que no hubiera sobrecupo (muchas de estas disposiciones no eran cumplidas por los empresarios). También había un inspector que vigilaba la moralidad de las películas, por lo que no había censura pública previa.

En 1913, ocurren cambios significativos en el cine mexicano: se estrena *El aniversario del fallecimiento de la suegra de Enhart*, primera película de ficción mexicana, y se implanta la censura, aunque en un principio era de carácter moral y no político.

Con el huertismo se implanta, formalmente, la censura moral y política: "prohibiéndose las "vistas" referentes a delitos, si las mismas no contienen el castigo a los culpables", las que "ultrajan (...) directa o indirectamente a determinada autoridad o persona, o la moral o a las buenas costumbres, se provoque algún crimen o delito, o se perturbe de cualquier modo el orden público".⁴

El primer largometraje de argumento fue *1810 o los libertadores de México* que se realizó en Mérida en 1916. La producción no era aún centralizada.

Venustiano Carranza se interesó por el cine como un medio propagandístico y educativo, además, apoyó a las hermanas Elhers para que estudiaran cinematografía en Estados Unidos y avaló la creación de la cátedra Preparación y práctica de cinematógrafo en el Conservatorio Nacional de Música y Arte Dramático en 1917.

La Azteca Film fue la única compañía que produjo cinco largometrajes de ficción capitalinos en 1917 y la primera en intentar desarrollar una verdadera industria nacional, pero al no lograr su cometido tiempo después desaparece.

Durante los años de 1896 a 1913 se recurrió al cine francés como modelo, de 1913 a 1920 al italiano y de 1920 en adelante, el norteamericano.

En el ámbito internacional, Hollywood implantó una estrategia de expansión cinematográfica al establecer diversas sucursales de sus distribuidoras en todo el mundo, fundó órganos de prensa que enaltecieran a Hollywood y otorgó gran apoyo a los exhibidores para que promovieran las cintas norteamericanas; trabajo que no les fue difícil a los exhibidores, ya que mostraban cierta renuencia a la exhibición de la escasa producción de películas mexicanas.

Los sectores que conformaban la precaria industria cinematográfica mexicana (producción, distribución y exhibición) no estaban bien definidos, es decir, una compañía productora podía ser propietaria de una distribuidora y contar con una cadena de cines para la exhibición de sus películas.

⁴ REYES, Aurelio de los. *A cien años del cine en México*, México, Porrúa, 1996, p. 37.

También la industria no estaba totalmente en manos mexicanas (aunque la mayoría lo estaba) dado que, en 1919, se establecieron las agencias extranjeras *Internacional Pictures, Fox Film y Universal Film*. De esta forma se da inicio a la confrontación de intereses de los productores con los distribuidores y exhibidores, que hasta la fecha, aún permanece en el sector cinematográfico.

Se establecen las bases en las que se regirá la industria cinematográfica cuando se generaliza la construcción y/o adaptación de locales específicos para la exhibición y se constituyen compañías alquiladoras y distribuidoras que, a la vez, agruparán a productores y exhibidores, quedando fuera de la industria el cine trashumante.

En el período de Obregón se implanta la censura con carácter federal por medio del Ayuntamiento de la Ciudad de México. Se patrocinó el cine a través de las Secretarías de Guerra y Marina, de Educación y de Agricultura y Fomento. Este tipo de cine se caracterizaba por tener fines, meramente, pedagógicos; los filmes de Manuel Gamio son los más sobresalientes de este período.

Lamentablemente, poco fue el tiempo que duró el apoyo a la producción cinematográfica, ya que la rebelión realizada por Adolfo de la Huerta por la sucesión presidencial, en 1923, obligó a un recorte presupuestal al apoyo que se le otorgaba a la producción cinematográfica.

En 1924, la exígua producción filmica se debía, en gran parte, a la falta de inversión nacional, la escasa preparación de los técnicos y a un infimo mercado cinematográfico. Además, la intervención de la inversión norteamericana en bienes inmuebles dedicados a la exhibición eran cada vez mayor.

Ni durante el intinerato de Adolfo de la Huerta ni en los gobiernos de Álvaro Obregón y Plutarco Elías Calles, el Estado elaboró una política cinematográfica y, prácticamente, no hubo interés por apoyar el cine mexicano. Sin embargo, el cine comienza a reafirmarse como espectáculo de entretenimiento masivo, sobre todo el cine de ficción, el preferido por el público de menores recursos quedando relegado el cine documental – informativo.

La organización, métodos de producción y exhibición de la incipiente industria cinematográfica mexicana seguía un modelo hollywoodense.

La llegada del sonido a la industria filmica, a fines de la década de los veinte, permitió que la producción cinematográfica nacional fuera centralizada por la necesidad de contar con gente más preparada. "El atractivo que representaba para el público de todo el mundo poder escuchar películas con diálogos y canciones en su propia lengua era invaluable, con lo que se favoreció el desarrollo de las pequeñas industrias nacionales."⁵

La Compañía Nacional Productora de Películas fue la primer empresa mexicana que integró todos los elementos necesarios (humanos, técnicos y financieros) para la producción de la primer película mexicana sonorizada: *Santa*. Con ella culminan todos los ensayos sonoros anteriores, además, se hace uso de un gran despliegue publicitario para promocionarla por lo que ésta obtiene buenos resultados en taquilla.

A partir de aquí, se presentarán tablas con datos derivados del estudio y análisis cuantitativo realizado de la producción, distribución y exhibición del cine mexicano a partir de 1921. Dado que desde ese año en adelante se cuenta con información, más o menos, fidedigna de la situación en la que se encontraba la naciente industria cinematográfica.

En 1921 y 1922 hubo una mayor producción 23 y 14 filmes respectivamente, pero para fines de la década, disminuye drásticamente con sólo 3 filmes producidos. Lo anterior se debió, quizás a la llegada del sonido al cine (innovación técnica que evolucionaría la forma de hacer cine). Respecto a las películas mexicanas estrenadas, éstas no tuvieron mejor suerte, ya que su exhibición comercial pasa, prácticamente, inadvertida para el público mexicano, pues éste tiene mayor preferencia por las películas extranjeras. Ver tabla 1.

Tabla 1. Producción y distribución de las películas mexicanas durante 1920 - 1929

Producción - Distribución	1920	1921	1922	1923	1924	1925	1926	1927	1928	1929	Total
Producción películas mexicanas	-	23	14	5	5	13	11	7	5	3	86
Total películas estrenadas	470	638	526	499	433	481	470	506	537	482	5,044
Películas nacionales estrenadas	6	12	15	7	3	3	6	6	4	2	64
% Películas mexicanas	1.3	1.9	2.8	1.4	0.7	0.6	1.3	1.2	0.7	0.4	1.3

-Dato no disponible

Fuente: Elaboración propia con datos de AMADOR, María Luisa, *Cartelera cinematográfica 1920 - 1929*, México, UNAM, 1999.

⁵ DÁVALOS Orozco, Federico, "Albores del cine mexicano" en *Clio*, México, 1996, p. 62.

1.2 Desarrollo y crecimiento de la industria cinematográfica nacional (1930 – 1949)

A partir de 1930, aparecen los cines gigantes en toda la República Mexicana (el cine Florida del Distrito Federal contaba con 7500 butacas). La ubicación de los cines en diversos puntos de las ciudades formaban parte del ambiente tradicional de éstas.

De los 382 cines que existían en 1934, en 1939 aumentaron a 440. El cine era el espectáculo preferido por el público, ya que del total de las diferentes funciones realizadas, las cinematográficas representaron 84% del total. Ver tabla 2.

Tabla 2. El sector de la exhibición durante 1934 - 1939

Exhibición	1934	1935	1936	1937	1938	1939	Total
No. cines	382	411	404	407	472	440	-
Suma total No. funciones	76,540	86,455	89,116	101,700	158,961	177,384	690,156
Cinematográficas	74,638	84,438	87,503	100,560	118,466	111,939	577,544
Teatro	1,565	1,699	1,349	904	39,651	64,288	107,891
Deportivas	89	121	170	150	-	-	530
Otros centros *	203	197	94	86	844	1,157	1,424
No. localidades (mills. personas)	36.5	37	42.8	48.3	66.1	73	303.7
Importe localidades (mills. pesos)	10.7	11.4	15.5	19.9	29.9	34.4	121.8

- Dato no disponible

*Salones, carpas, centros deportivos y plazas de toros.

Fuente: Elaboración propia con datos del Anuario Cinematográfico de los Estados Unidos Mexicanos de los años 1939, 1940 y 1941.

Los pocos empresarios mexicanos que conformaban la naciente industria filmica se organizaron para formar la Asociación de Productores Cinematografistas de México en 1936.

El cine mexicano se convierte en una verdadera industria a partir de la película sonora *Allá en el rancho grande*, dirigida por Fernando de Fuentes, la cual fue la primera en alcanzar un éxito inimaginable en los mercados hispanohablantes; propiciando la intervención de fuertes capitales para la producción de más filmes nacionales (mismos que repetirían la fórmula de *Allá en el rancho grande*). Por lo que se produjeron 58 largometrajes en 1938, año de mayor producción de la década. Así como el costo promedio de las películas producidas fue de 74.4 mil pesos. Se estrenaron 199 películas mexicanas durante la década y representaron 6% del total. Ver tabla 3.

Sin embargo, la industria resintió su primera crisis, en un sentido cualitativo, al saturar el mercado por la infinidad de comedias rancheras que exhibía.

Tabla 3. Producción y distribución de las películas mexicanas durante 1930 - 1939

Producción - Distribución	1930	1931	1932	1933	1934	1935	1936	1937	1938	1939	Total
Producción películas mexicanas	8	5	6	21	24	23	24	38	58	40	247
Costo de producción promedio (miles pesos)	-	40	45.2	50.8	55.8	58	75	81.6	128	135	74.4
Total películas estrenadas	244	244	278	275	348	266	389	388	284	405	3,141
Películas nacionales estrenadas	4	1	5	12	23	24	20	33	42	35	199
% Películas mexicanas	1.6	0.4	1.8	4.4	6.6	8.4	5.1	8.5	14.8	8.6	6.3

Fuente: Elaboración propia con datos de AMADOR, María Luisa, *Cartelera cinematográfica 1930 - 1939, México*, Filmoteca UNAM, 1980., HEUER, Federico, *La industria cinematográfica Mexicana*, México, DF, Policromía, 1964., IMCINE

El presidente Cárdenas impuso, como medida proteccionista para la industria cinematográfica, la obligatoriedad de exhibir en las salas de cine del país cuando menos una película mexicana al mes. De esta forma se beneficiaba a todos los empleados de la industria del cine, los cuales iban en aumento; de 91 en 1935, llegaron a ser 410 en 1938. Sin embargo, dicha medida no benefició en mucho a la distribución de las películas mexicanas, ya que el material norteamericano seguía siendo el más exhibido (aproximadamente 80% del total de estrenos por apenas 7% de cintas nacionales y 13% europeas). Entre tanto, los exhibidores buscaban la forma de contrarrestar los efectos de dicho decreto.

A pesar de la ausencia de modelos temáticos y de una industria incipiente, informal y con múltiples problemas financieros, de producción, distribución y exhibición; la recuperación de la inversión de las películas mexicanas se obtenía a través de los ingresos obtenidos en las salas de reestreno o de segunda corrida donde su público principal era el de menor nivel económico y cultural.

A fines de la década, hay una fuerte disminución de la producción de películas nacionales y de inversiones por parte de los capitales privados por lo que los integrantes de la industria, preocupados por la situación, le solicitan al Estado la formación de un banco, cuyo único fin fuera apoyar al cine nacional en desarrollo.

Además, se funda el Sindicato de Trabajadores de la Industria Cinematográfica de la República Mexicana (STIC).

Durante la Segunda Guerra Mundial se estableció una alianza entre México y los Estados Unidos que beneficiaría a ambos países: a cambio de cooperación militar, mano de obra barata y venta de materias primas, México recibió préstamos cuantiosos y ayuda tecnológica para reactivar su economía, obteniendo mayor apertura en los mercados de Latinoamérica y Europa. A diferencia de Argentina, principal competidor de México en el mercado latinoamericano, a quien le fue negada todo tipo de ayuda.

Sin embargo, la ayuda que recibió México por parte de Estados Unidos no sería gratuita, ya que este último se la cobraría con creces en años posteriores (la Paramount contó con la protección del ejército mexicano para la filmación de *La historia del doctor Wasell*, dirigida por Cecil B. de Mille y la distribuidora Columbia tendría ingerencia, preponderante, en la producción y distribución del cine nacional).

La Segunda Guerra Mundial propicia un ambiente favorable para la creación del Banco Cinematográfico: organismo crediticio que tuvo carácter privado y con una mínima participación del Estado (10% de la inversión total). Desde su creación se percibe a quienes les dará un mayor apoyo en el futuro: a los productores, ya que ellos otorgaban los créditos para la producción.

Los productores se integran a los sectores de la distribución y exhibición en la Cámara Nacional de la Industria Cinematográfica Mexicana (CANACINE).

Una de las principales actividades que realizó el banco fue establecer Grovas, S.A. de C. V., la cual se consolida con otras cuantas firmas productoras: Filmes y Posa Films, lo que permitió que la producción de películas tuviera un criterio industrial, es decir, con sólidas bases de planificación e incremento. Por lo que llegaría a ser la compañía productora y distribuidora de filmes mexicanos más poderosa de América Latina.

Sin embargo, posteriormente, a Grovas la sustituye Cinematográfica Latinoamericana, S.A. (CLASA) la cual de acuerdo a sus planes de producción, sus estudios y sistemas de distribución llegó a ser la empresa productora modelo del cine mexicano. Su consolidación se confirmaría al asociarse con Films Mundiales en 1945.

La forma de financiamiento que los productores utilizaban, comúnmente, era vender territorios en vez de pagar un interés bancario por un préstamo donde los únicos beneficiados eran los exhibidores, extranjeros especialmente. Sin embargo, los altos rendimientos que se obtuvieron de las películas exhibidas, en 1942, en Estados Unidos, Centro y Sudamérica, se debió al procedimiento de pagar un interés bancario para su financiamiento y de exigir en el extranjero la distribución a porcentaje en vez de rematarlas a precio fijo.⁶

En el caso de los distribuidores había pocos o nulos préstamos bancarios, ya que éstos eran la fuente de financiamiento de la producción. Por lo que fueron uno de los actores involucrados en el estancamiento de las películas mexicanas en años posteriores.

Durante la década de los 40, se producen en total 655 películas mexicanas con un costo promedio de \$396.6 miles de pesos. Su presencia en las salas de exhibición es de 15% respecto al total de películas exhibidas, superando poco más del triple a los estrenos efectuados en la década anterior. Ver tabla 4.

Tabla 4. Producción y distribución de las películas mexicanas durante 1940 – 1949

Producción - Distribución	1940	1941	1942	1943	1944	1945	1946	1947	1948	1949	Total
Producción películas mexicanas	27	38	47	71	74	82	70	57	81	108	655
Costo de producción promedio (miles pesos)	75	156	278	350	580	648	579	450	400	450	396.6
Total películas estrenadas	460	434	432	389	340	363	393	440	445	441	4,137
Películas nacionales estrenadas	37	27	50	57	64	67	77	62	78	107	626
% Películas mexicanas	8	6.2	11.6	14.7	18.8	18.5	19.6	14.1	17.5	24.3	15

Fuente: Elaboración propia con datos de AMADOR, María Luisa, *Cartelera cinematográfica 1940 – 1949*, México, UNAM-CUEC, 1982., HEUER, Federico, *La industria cinematográfica Mexicana*, México, DF, Policromía, 1964., IMCINE

La industria mexicana vive su auge artístico y comercial entre 1942 y 1945, al convertirse en una de las cinco primeras industrias del país en la captación de divisas por lo que se instaura como la cinematografía más poderosa de América Latina. De esta forma favorece a la promoción de los primeros grandes artistas de nuestro cine, Jorge Negrete, María Félix, Arturo de Córdova, Pedro Armendáriz, Dolores del Río, Mario Moreno y, además, incursionan varios directores en la industria: Emilio

⁶ GARCIA Riera, Emilio, *Historia del cine mexicano*, México, Era, Tomo III, 1971, p. 161.

Fernández, Julio Bracho, Roberto Gavaldón, quienes harían historia en la cinematografía nacional. A este período de crecimiento industrial, temático y cultural se le ha denominado: "*La época de oro del cine mexicano*".

A mediados de la década, por problemas intergremiales, se crea el Sindicato de Trabajadores de la Producción Cinematográfica (STPC) conformada por los trabajadores "creativos" de la industria (directores, guionistas, actores, músicos, técnicos). Sin embargo, contagiado por el exclusivismo y avaricia que provocaba el auge económico de la industria cinematográfica, establece la política de "puertas cerradas" a nuevos talentos, la cual se prolongaría por muchos años.

También se funda la empresa Películas Mexicanas, S. A., quien se dedicó a distribuir por comisión material mexicano a través de una red de agentes en Centroamérica, Sudamérica y el Caribe, en vez de venderlas a precio fijo. A pesar de que el cine mexicano obtuvo grandes beneficios por el uso de estrategias comerciales eficientes, gran parte de su éxito se debió a la falta de material competitivo de otros países a consecuencia del conflicto mundial.

Se inicia la construcción de los estudios Churubusco, donde la RKO, Radio de Hollywood, era la propietaria de un cincuenta por ciento; el resto del capital lo aportó, en su mayor parte, Emilio Azcárraga.

Los estudios CLASA, América y Churubusco Azteca, al contar con el apoyo de Estados Unidos, repetían el modelo industrial hollywoodense: gigantescas instalaciones, grandes plantas de personal fijo, tecnologías modernas para su tiempo, desproporcionados depósitos de utilería y escenografía, es decir, un modelo que por su incorporación acrítica hacia el espacio nacional, resultaba desproporcionado con lo que estaba ocurriendo en la economía y en la industria del país.⁷

Al término de la guerra, Estados Unidos impone de nuevo su supremacía sobre las industrias cinematográficas de gran parte del mundo. México no fue la excepción, ya que se encontraba en gran desventaja al carecer de películas de buena factura, sus costos de producción eran excesivos y tenía problemas sindicales por lo que el cine mexicano fue abaratado en todos los sentidos para hacer frente a una competencia muy poderosa.

⁷ GETINO, *op. cit.*, p. 36-37.

En 1946 se funda la Academia de Ciencias y Artes Cinematográficas con el fin de reunir a los diferentes sectores de la industria para promocionar al cine nacional en el extranjero y el interior del país, reconocer y estimular públicamente los trabajos sobresalientes en la producción mexicana de alto contenido artístico, cultural y social. El premio Ariel fue entregado por primera vez en 1947 y la producción de 1944 fue considerada para su entrega. También se inaugura Estudios Tepeyac.

En 1947, el Banco Cinematográfico se reorganiza bajo el nombre de Banco Nacional Cinematográfico, pero ahora con participación mayoritaria del Estado. Sus principales objetivos eran proteger, promover y refaccionar al sector de la producción. Los préstamos que realizaba el banco a los productores eran a través de un contrato de fideicomiso donde la propiedad fiduciaria de la película pasaba al poder del banco. Los productores que solicitaban los créditos, los liquidaban con la misma película producida, posteriormente, ésta se comercializaba en los circuitos de exhibición del Estado, que tenían la obligación por ley de exhibirlas, sin importar si eran o no rentables.

"El Banco Nacional Cinematográfico fue pensado en sus orígenes para sostener una industria otrora productora, a la que se creía que pasaba por una mala racha, y a la que convenía auxiliar hasta que volviera a ser de las principales del país. Pero los productores beneficiados con ese auxilio descubrieron que les convenía más vivir en mala racha perpetua que arriesgar sus capitales. La ganancia era poca, pero resultaba prácticamente un premio por el simple hecho de hacer películas, no porque éstas tuvieran utilidades, como cualquier otro producto que sale al mercado."⁸

El cine mexicano de los años 40 se caracterizó por estar hecho de manera estandarizada, es decir, cada película se suponía empresa en sí misma y no parte de una empresa global; esta falta de sinergia en el sector de la producción afectaría en el futuro a la industria. Las películas serían clasificadas como buenas (unas pocas) o malas (la mayoría), esto de acuerdo a las apreciaciones del mercado y la recuperación que obtenían en taquillas. Por lo que la producción era cada vez más localista, es decir, sufría la pérdida de los mercados exteriores con los que anteriormente contaba; además, la tendencia inflacionaria de los costos, el exclusivismo sindical y el monopolio

⁸ VIÑAS Moisés, Historia reciente del cine mexicano, en *Investigación sobre cine en México*, México, Guadalajara, Colección Textos de Comunicación y Sociedad, serie Cuadernos, 1994, p. 32.

del sector de la exhibición eran los principales problemas a los que se enfrentaba la industria.

El establecimiento de cines continuó en aumento de 446, que había en 1940, llegaron a ser 1,070, a finales de la década; y de 55.9 millones de espectadores, en 1940, a 127.6 millones en 1949. El precio de entrada promedio era de 0.97 centavos. Ver tabla 5.

Tabla 5. El sector de la exhibición durante 1940 - 1949

Exhibición	1940	1941	1942	1943	1944	1945	1946	1947	1948	1949	Total
No. cines*	446	626	747	761	771	810	846	901	976	1,070	-
Espectadores (mills.)	55.9	75.8	84.6	98.5	105.6	108.9	108.1	106.5	116.5	127.6	988
Precio entrada (pesos)	0.51	0.55	0.6	0.69	0.87	1.05	-	-	-	-	0.97
Ingresos en taquilla (mills. pesos)	30.1	41.9	51.2	67.9	92	114.3	132.3	136.1	142.2	159	967

* No incluye los cine clubes universitarios, casa de cultura y cine clubes marginales.

- Dato no disponible

Fuente: Elaboración propia con datos de CINEVOZ, Anuario Estadístico de los Estados Unidos Mexicanos 1946 - 1950, Revista Pantalla, México, Dirección General de Actividades Cinematográficas, Coordinación de Difusión Cultural, Número 15, 1991. y Enciclopedia Cinematográfica.

Los cines del primer circuito fueron vendidos al Banco Nacional Cinematográfico, los cuales administró mal y comenzaban a representar pérdidas. Por lo que, posteriormente fueron vendidos a Manuel Espinosa Yglesias, quien formó la empresa Operadora de Teatros, S.A. y, poco a poco, fue obteniendo más cines en otros estados de la república.

Emilio Azcárraga había formado un pequeño circuito de cines, Cadena de Oro, S.A., el cual funcionaba con éxito, pero con la aparición de Operadora de Teatros comenzó a perder por la presión que ejerció Espinosa en las empresas productoras y distribuidoras para que éstas no le alquilaran películas. Azcárraga tuvo que ceder a tal presión vendiendo su circuito a Alarcón, quien junto con Espinosa formarían una mancuerna poderosa para la obtención de más cines en el interior de la República Mexicana.

Por lo tanto, se llevó a cabo el proceso de concentración capitalista a través del sector de exhibición, monopolio bajo el mando de W. Jenkins.⁹

⁹ El sistema utilizado por el monopolio para lograr el control total consistía en formar una serie de sociedades anónimas que trabajaran mancomunadamente, en los que el nombre de Jenkins nunca o casi

Para hacer frente al monopolio de la exhibición se crea Películas Nacionales, S.A., distribuidora de capital mixto y con participación minoritaria del Estado, cuyo objetivo era difundir los productos fílmicos en el mercado interno; paulatinamente liquidó a las pequeñas distribuidoras privadas existentes en el país. El sector de distribución siguió un proceso monopolista al igual que el de la exhibición. Además, la producción regular era la única que se beneficiaba al seguir este esquema monopolista, ya que contaban con más apoyos para su financiamiento así como para su exhibición, mientras que las producciones independientes, al no depender directamente de este esquema, eran quienes resentían la crisis.¹⁰

Para contrarrestar la crisis en la que se encontraba la industria, los productores optaron por producir películas de infima calidad lo que llamaban "churros", por la velocidad de su fabricación, con el objetivo de no despedir a los trabajadores sindicalizados de la industria, ni disminuir el alto sueldo de los artistas estelares.

En 1949 se decreta la Ley de la Industria Cinematográfica (LFC) y se funda la Dirección General de Cinematografía, la cual dependía de la Secretaría de Gobernación y se dedicaba aparentemente a la supervisión de los filmes y a la conservación del cine nacional, que sólo 26 años después, se concretaría con la creación de la Cineteca.

Lo más sobresaliente de la ley decretada era que fomentaría la producción de películas de alta calidad e interés nacional y se determinaba el número de días de exhibición a las que cada año tenían derecho las películas mexicanas. Sin embargo, dicha ley no benefició en nada al cine mexicano, ya que fue hecha bajo los esquemas del modelo norteamericano y por ser ambas cinematografías diferentes no fue viable en la práctica. Además, se prohibía la conformación de monopolios, disposición que resultó paradójica, ya que el monopolio de la exhibición, liderado por Jenkins a través de Manuel Espinosa Yglesias, Manuel Alarcón y Maximino Ávila Camacho, controlaban ochenta por ciento del sector.

Durante toda la década, no se presentaron nuevas propuestas (continúan en los géneros melodramático y comedia musical) hacia falta consistencia en las

nunca aparecía en forma directa, pues era uno de los hombres más ricos de América y operaba por medio de sus prestanombres. Cfr. GARCÍA, Emilio, *op. cit.*, p. 171.

¹⁰ Para ampliar en este tema se puede consultar: COSTA, Paola, *La apertura cinematográfica: México*, Puebla, Universidad Autónoma de Puebla, Colección Difusión Cultural, serie Cine, 1988, p. 51.

interpretaciones de los actores, la industria estaba, aún, en un periodo de crecimiento técnico. Sin embargo, a pesar de las dificultades, un pequeño grupo de personas se arriesgaron a producir cine de forma independiente (experimental) en formato de 16mm.

1.3 Crisis de la industria nacional cinematográfica (1950 – 1969)

En la década de los 50, el cine se enfrenta a un nuevo competidor: la televisión. La competencia de este nuevo medio influyó, desde un principio, en el cine al obligarlo a buscar nuevas vías en lo formal, en lo técnico y en el tratamiento de temas y géneros.

Los estudios llegaron a seis: los Churubusco, CLASA, Tepeyac, Azteca, Cuauhtémoc y San Ángel Inn.

El monopolio de Jenkins se valió del poder con el que contaba en el sector de la exhibición para tener injerencia sobre la producción cinematográfica nacional que conviniera a sus intereses.

Mientras, los sindicatos continuaron con su política de "puertas cerradas" bajo el pretexto de la crisis que atravesaba el cine, se agudizó la pérdida de mercados y cayó la producción mexicana en la monotonía estética y temática.

En 1952, los exhibidores de cintas extranjeras se ampararon contra el Reglamento de la Ley Cinematográfica, ya que según ellos se daba mayor preferencia al cine nacional con respecto a la programación de los cines. Por lo tanto, el sector de la producción quedó subordinado a los intereses de los exhibidores y se hace cada vez más dependiente del Estado.

El Estado se dio a la tarea de reformar la Ley Cinematográfica en donde estableció que sus disposiciones serían de orden público y para ayudar a la muy deteriorada industria cinematográfica, puso al frente del Banco Nacional Cinematográfico al licenciado Eduardo Garduño quien elaboró un plan cuyo fin principal era fortalecer la producción cinematográfica con ayuda de las distribuidoras dependientes del banco. Dicho plan consistía en que las películas mexicanas fueran estrenadas rápidamente en el extranjero y, a la vez, en territorio nacional para que los productores pudieran recuperar su capital invertido y contrarrestar los efectos del

monopolio de la exhibición. Además, redujo a los productores el tipo de interés del 12 al 10 por ciento anual y obtuvo un empréstito de 35 millones de pesos por parte de la Secretaría de Hacienda, Nacional Financiera y el Banco de México para lograr su cometido.

El Banco Nacional Cinematográfico contaba con tres distribuidoras (Películas Nacionales, Pel-Mex y Cimex) con las cuales alentaba la producción de películas costosas y espectaculares para que compitieran en el mercado internacional.

El sector de la producción estaba controlado por el de la exhibición por lo que el Estado fortaleció la posición de los productores al invitarlos a que se asociaran a la distribución, pero los productores que adquirieron la mayoría de las acciones fueron los del grupo de Jenkins. De esta forma, Películas Nacionales sería manejada al antojo de los exhibidores y los productores al controlar las inversiones del banco oficial, es decir, ellos decidirían cuándo y cómo las películas serían financiadas por el banco.

Por otra parte, los trabajadores del STPC se emplazaron a huelga al no obtener el aumento salarial que les exigían a los productores, pero la huelga terminó hasta que les convino a los productores.

El STIC y el STPC celebraron un pacto de amistad, solidaridad y ayuda mutua en el que establecían que el STIC no filmaría películas de largometraje, ni realizaría varios cortometrajes con la intención de después unirlos e impedía la filmación o producción de películas en estudios cinematográficos y exteriores con el fin de evitar la competencia entre ambos sindicatos.

A consecuencia de la devaluación del peso frente al dólar (de 8.65 a 12.5 por dólar) y la expansión del monopolio de la exhibición (se afirmaba a expensas de una producción descapitalizada), los productores sufrían el enlatamiento de su material por lo que la recuperación de sus inversiones era cada vez más difícil o en el mejor de los casos tenían que arreglárselas con los tres canales de distribución oficiales, los cuales eran los encargados de gestionar los anticipos una vez que analizaban y estudiaban el plan de cada película.

Sin embargo, de acuerdo con José Revueltas¹¹, las películas mexicanas tenían un período de exhibición muy corto, a pesar de podían durar mucho más tiempo gracias a la aceptación que tenían por parte del público, pero como 80% de los cines del país estaban en manos del monopolio Jenkins y sus prestanombres, éstos podían manipular a su antojo a los productores para que aceptaran un menor precio por sus películas.

El Banco Nacional Cinematográfico, en un principio, sólo concedía anticipos equivalentes a un diez por ciento, más o menos, del costo de una película; pero a partir del plan Garduño la forma de financiamiento cambia notoriamente. Según el financiamiento abarcaba tres clases¹²:

- a. Se anticipa hasta 60% del costo del film, a productores que no tiene material a distribución en los canales mencionados, tratase o no de asociado a Películas Nacionales, Películas Mexicanas y Cimex.
- b. Se anticipa hasta 70%, en los casos en que el productor pueda otorgar garantía global y mundial de recaudación del anticipo, afectando los productos de la explotación de otras de sus películas.
- c. Y el 85%, el máximo, cuando lo justifica la calidad artística y comercial de la película en proyecto, garantizándose el anticipo del mismo modo que en el caso anterior.

Si la producción sufría pérdidas, éstas se acumulaban en el pasivo de las distribuidoras y, por lo tanto, en contra de su principal acreedor: el Banco.

El plan Garduño no funcionó porque era, prácticamente, imposible reestructurar la industria, ya que ésta se movía de acuerdo a los intereses de quienes la habían estructurado en un principio: los productores y exhibidores. Además, fue objeto de corrupción, ya que los productores presentaban ante el banco las estimaciones sobrevaluadas de los créditos a solicitar.¹³

¹¹ REVUELTAS, José, Revueltas lanza un yo acuso: ¡Jenkins estrangula al cine! en *El conocimiento cinematográfico y sus problemas*, México, Era, 1991, p. 121-122.

¹² Citado en García Riera, *Historia documental del cine mexicano*, Tomo IV, Entrevista a Garduño en México Cinema, 10/09/1955, p.8.

¹³ Por ejemplo, el productor que quiere invertir un 20% del costo de una película, elabora un presupuesto sobrevaluado que lleva al Banco Nacional Cinematográfico, presenta el proyecto de la película (es decir: calcula su valor taquillero sobre los posibles artistas del reparto) y la cantidad solicitada. Después, firma contratos con artistas, técnicos y obreros. Según esos contratos, 80% del banco y 20% de él se invierte en la película, pero en realidad ésta se filma sólo con 80% que aporta el banco, y a veces una cantidad menor, porque el productor ha logrado que sus artistas y trabajadores acepten cobrar menos de lo que

A mediados de la década, había 122 empresas productoras, de las cuales sólo 25 produjeron una sola película y 12, de 2 a 54 películas. La mayor parte de las empresas productoras eran filiales de los exhibidores y lo que aparentemente perdían en la producción lo ganaban en la exhibición; sin embargo, los productores estaban bajo las condiciones de los exhibidores.

Respecto de la década anterior, la producción y costo de producción aumentaron poco más de 64% y 117% respectivamente, en total se produjeron 1,077 películas con un costo promedio de producción de 860.8 mil pesos. Su presencia en las salas de exhibición es de 21% del total de películas exhibidas con un ligero crecimiento de 5 puntos porcentuales más respecto de la década anterior. Ver tabla 6.

Tabla 6. Producción y distribución de las películas mexicanas durante 1950 - 1959

Producción - Distribución	1950	1951	1952	1953	1954	1955	1956	1957	1958	1959	Total
Producción películas mexicanas	123	101	101	84	121	91	101	104	135	116	1,077
Costo de producción promedio (miles de pesos)	575.9	600.2	582.7	694	750.2	936.3	943.2	1115.5	1175	1235.2	860.8
Total películas estrenadas	433	446	471	409	448	397	448	354	481	459	4,346
Películas nacionales estrenadas	105	111	98	78	80	77	78	80	98	89	894
% Películas mexicanas	24.2	24.9	20.8	19.1	17.9	19.4	17.4	22.6	20.4	19.4	21

Fuente: Elaboración propia con datos de AMADOR, Ma. Luisa, *Cartelera cinematográfica 1950 - 1959, México, UNAM CUEC, 1985.*, HEUER, Federico, *La industria cinematográfica Mexicana, México, DF, Policromía, 1964.*, IMCINE

La producción hollywoodense, la cual conformaba el grueso de lo que se exhibía en México, prácticamente no pagaban impuestos de importación a México y a los exhibidores les proveían las películas con precios verdaderamente bajos, dado que éstas eran amortizadas por la explotación previa en su país de origen.

La *Columbia Pictures*, empresa distribuidora norteamericana tenía especial interés de financiar la producción de películas mexicanas, ya que éstas le permitía contar con un mercado más amplio para las películas estadounidenses que producía y distribuía, especialmente, en Centro y Sudamérica.

estipulan los contratos, de modo que él no compromete su 20% e incluso quizás se guarde algo del préstamo, mientras que al banco se le pagará el porcentaje pactado en un principio (12 o 15%). Cfr. ACOSTA, Paola, "La crisis del cine nacional" en *Política*, México, Número 15, Junio 1961.

En 1957, se inauguran los Estudios América, pero desaparecen los Tepeyac, los CLASA y, un año después, los Azteca. En un principio los estudios América se dedican a la producción de cine de bajo costo y de esta forma el STIC produciría series mexicanas (pocas fueron transmitidas en la televisión) las cuales eran agrupadas de tres o cuatro episodios para formar con ellas películas de largometraje y exhibirlas en salas populares. De esta forma el STIC competía con el STPC, pero violando el laudo al que estaban obligados desde 1945.

El cine nacional sufría el alejamiento de su público, ya que éste prefería ver espectáculos simples y baratos que la televisión le brindaba. Además, con la Revolución Cubana, en 1958, pierde a unos de sus "mercados naturales" más importantes: Cuba.

Mientras tanto la técnica cinematográfica evolucionaba: las películas vírgenes eran más sensibles, equipos de filmación más ligeros, el rodaje se realizaba en exteriores (locaciones). Con respecto al tratamiento de los temas cinematográficos, en Estados Unidos se presentaba mayor realismo gracias a la supresión del código Hayes, en Francia, se preparaba "la nueva ola" de realizadores, en Italia, el neorrealismo afirmó el talento de varios cineastas que marcaron la historia del cine. Sin embargo, el cine mexicano no formaba parte de dicha evolución; lo impedían intereses económicos, exigencias sindicales y las instalaciones industriales. Aunque, durante 1958 se hicieron más películas mexicanas de largometraje que en ningún otro año de la historia del cine mexicano.

Durante la década de los 50 y 60, las temáticas por las que el cine mexicano se inclinaba eran por la música popular en boga, la cual le ofrecía un margen de seguridad mayor, en vez de desarrollar otro tipo de géneros que reflejaran y expresaran la situación por la que atravesaba el país. Cabe señalar que, poco a poco, surgen grupos de oposición para el desarrollo de nuevas propuestas cinematográficas.

De 1,050 cines en 1950, aumentaron a 1,471 cines (lo que representó un incremento de 40%) en 1959. En 1950 hubo 142.3 millones de espectadores y en 1959 llegaron a 211.7, aumentaron 49.7%. El precio de entrada promedio de la década fue de \$2.3 pesos. Ver tabla 7.

Al finalizar la década de los 50, el Estado interviene en la exhibición al anular el monopolio Jenkins con la compra de los contratos de exhibición de Cadena de Oro y Operadora de Teatros; pero crea otro con carácter estatal: la Compañía Operadora de Teatros (COTSA). Dicha compañía se regía bajo los objetivos de controlar los precios de los cines, regular la exhibición comercial, exhibir el cine mexicano, cumplir con un cincuenta por ciento del tiempo de pantalla, difundir lo mejor de la cinematografía mundial. Sin embargo, el Estado se dedicó a alquilar las salas del antiguo monopolio a través de la firma de contratos de arrendamiento con Jenkins y compañía que por sus elevados costos eran incosteables para la nueva compañía estatal de exhibición.

Tabla 7. El sector de la exhibición durante 1950 - 1959

Exhibición	1950	1951	1952	1953	1954	1955	1956	1957	1958	1959	Total
No. cines*	1,050	1,105	1,146	1,253	1,555	1,479	1,436	1,469	1,454	1,471	-
Espectadores (mills.)	142.3	153.3	163.3	164.5	173.9	185.5	197.7	199.5	203.7	211.7	1,795.4
Precio de entrada (pesos)	-	-	-	-	1.88	2.06	2.22	2.36	2.46	2.52	2.3
Ingresos en taquilla (mills. pesos)	274.3	301.5	339.7	331.8	326.8	382.4	439.5	469.9	501	532.7	3,899.6

- Dato no disponible

* No incluye los cine clubes universitarios, casa de cultura y cine clubes marginales.

Fuente: Elaboración propia con datos de la revista Pantalla, México, Dirección General de Actividades Cinematográficas, Coordinación de Difusión Cultural, Número 15, 1991., Anuarios Estadísticos de la Dirección de Estadística y S.I.C. IV y V Censo comercial y de servicios.

Como consecuencia de la crisis que venía viviendo la industria cinematográfica nacional, la Academia Mexicana de Ciencias y Artes Cinematográficas suspende sus actividades al no renovar a sus miembros y a sus estatutos.

La Federación Mexicana de Cine Clubes se había fundado a mediados de la década anterior, pero es hasta principios de los 60 cuando cosecha frutos al crear la primera escuela formal de cine en el país: el Centro Universitario de Estudios Cinematográficos (CUEC) perteneciente a la Universidad Nacional Autónoma de México. También se funda el Grupo Nuevo Cine integrado por cinéfilos, críticos y aspirantes a cineastas.

Asimismo, se realiza el Primer Concurso de cine experimental que respondía a la necesidad de renovación del cine mexicano; participan 12 películas de medio y largometraje donde se aprecia un cine independiente de gran calidad.

La crisis por la que atraviesa el cine mexicano se agrava cada vez más, en especial por: la devaluación de las monedas sudamericanas por lo que se reducía los ingresos en dólares, los costos de producción eran cada vez más altos y el desinterés del público latinoamericano por el cine exportado.

Las actividades de financiamiento, distribución, promoción y exhibición de la industria cinematográfica dependían en su totalidad del Banco Nacional Cinematográfico y éste, a la vez, de bancos privados nacionales y extranjeros. Por lo tanto, la provisión de fondos con la que gozaba era cada vez más limitada y la tasa de interés mucho más alta.

Los organismos integrados al sistema oficial del Banco eran:

1. Los estudios Churubusco, ocupados por las empresas productoras privadas en un sesenta por ciento de su capacidad instalada.
2. La Compañía Operadora de Teatros (COTSA) con la que el Estado tenía, parcialmente, el control sobre la exhibición.

Las distribuidoras estaban afiliadas al Banco en régimen mixto.

3. Películas Nacionales: intermediaria entre el Banco y los productores privados para el otorgamiento de créditos desde 1965.
4. Películas Mexicanas y Cimex son distribuidoras en el extranjero.
5. Procinemex (empresa de promoción para el cine nacional) contaba con tiempo gratuito en la televisión, prensa y radio para la divulgación de los aspectos más importantes de la industria.

En 1966, los estudios San Ángel Inn fueron arrendados por el canal 8 de TV y, por lo tanto, se perdieron para el cine. A partir de ese año, la mayor parte de la producción sería filmada en color y sólo unas cuantas serían en blanco y negro, con la finalidad de competir con la TV, aunque los aparatos de televisión en colores no tardarían en ser mayoría.

Durante la década de los 60, hay una disminución de la producción (12%), ya que se produjeron únicamente 947 películas, con un costo promedio de producción de 1.25 millones de pesos, lo que representó un aumento de 45% en comparación con la década anterior. Del total de películas exhibidas, 20% eran mexicanas, cifra que se mantuvo prácticamente igual. Ver tabla 8.

En 1968 la censura fue un poco más permisiva, por ejemplo, la Dirección de Cinematografía permitió la muestra de desnudos (femeninos) y el empleo de palabras altisonantes en el cine. Además, COTSA habilitó el cine Regis como la primera sala de arte del país y le permitió la exhibición de películas extranjeras de difícil contenido para la época.

Tabla 8. Producción y distribución de las películas mexicanas durante 1960 - 1969

Producción - Distribución	1960	1961	1962	1963	1964	1965	1966	1967	1968	1969	Total
Producción películas mexicanas	114	74	81	86	113	97	98	93	103	88	947
Costo de producción promedio (mills pesos)	1.1	1.2	1.1	1.1	1.1	1.2	1.3	1.4	1.5	1.5	1.25
Total películas estrenadas	500	446	462	404	381	394	326	379	363	380	4,035
Películas nacionales estrenadas	100	108	95	84	82	77	76	68	58	80	828
% Películas mexicanas	20	24.2	20.6	20.8	21.5	19.5	23.3	17.9	16	21.1	20.5

Fuente: Elaboración propia con datos de AMADOR, Ma. Luisa, *Cartelera cinematográfica 1960 - 1969*, México, UNAM-CUEC, 1986., HEUER, Federico, *La industria cinematográfica Mexicana*, México, DF, Policromía, 1964., Banco Nacional Cinematográfico e IMCINE.

Sin embargo, si una película necesitaba del financiamiento del Banco Cinematográfico éste debía aprobar el guión de acuerdo al costo y de su contenido político y sexual. Una vez filmada la película que fue aprobada, ésta era sometida a la revisión de la Dirección de Cinematografía de donde salía pocas veces bien librada. Pero era mayor la censura que ejercía la Dirección de Cinematografía si la película no contaba con el financiamiento del Banco.

A fines de la década fueron más las series producidas en comparación con la producción regular por el aumento desequilibrado de la mano de obra, respecto al precio de la entrada en taquillas. Por disposición del regente de la ciudad, Ernesto P. Uruchurtu, se mantuvo la entrada de los cines en los 4 pesos como máximo, por lo que si un espectador ganaba el salario mínimo podía comprar entre ocho y nueve boletos con un día de trabajo (en Nueva York la entrada costaba diez veces más y en Buenos Aires cuatro veces más).

De 1,470 cines en 1960, aumentaron a 1,811 en 1969 lo que representó un incremento de 23%. En 1960 hubo 217.4 millones de espectadores y en 1969 llegaron a ser 253.3 (el incremento fue 16.5%). El precio promedio de la entrada durante la década fue de 3 pesos. Ver tabla 9.

Por cada peso obtenido en taquilla, el productor recibía el veinte por ciento, más de la mitad era para la exhibición y el resto para la distribución, impuestos y el derecho autoral. Por lo tanto, el Estado al contar con mayores ingresos por concepto de exhibición traspasó del Banco Nacional Hipotecario de Servicios y Obras Públicas las acciones de COTSA y de la Cadena de Oro al Banco Nacional Cinematográfico.

Tabla 9. El sector de la exhibición durante 1960 - 1969

Exhibición	1960	1961	1962	1963	1964	1965	1966	1967	1968	1969	Total
No. cines*	1,470	1,613	1,595	1,593	1,574	1,555	1,568	1,841	1,836	1,811	-
Espectadores (mills.)	217.4	232.4	231.3	234.6	238.1	239	236.6	250.1	251.2	253.3	2,304
Precio de entrada (pesos)	2.58	2.64	2.73	2.78	2.9	2.98	3.1	3.2	3.37	3.56	3
Ingresos en taquillas (mills. pesos)	561.7	614.5	632.5	651.2	691.6	713.3	733.4	801.2	846.9	902	7,148

*No incluye los cine clubes universitarios, casa de cultura y cine clubes marginales.

Fuente: Elaboración propia con datos de la Revista Pantalla, México, Dirección General de Actividades Cinematográficas, Coordinación de Difusión Cultural, No. 15, 1991.

El STPC continuaba con su política de cerrazón, sin embargo, los nuevos cineastas presionaron fuerte hasta que lograron entrar al sindicato. A diferencia del cine tradicional, el cine independiente manifestaba preocupaciones morales, sociales y políticas, quizás producto de las corrientes cinematográficas extranjeras en boga: *la Nueva Ola francesa*, *Free Cinema británico* y el *Cinema Novo brasileño*.

1.4 Renovación y estatización del cine mexicano (1970 – 1979)

En 1970, el presidente Luis Echeverría Álvarez nombra director del Banco Nacional Cinematográfico a su hermano Rodolfo Echeverría con el fin de reestructurar la industria filmica para que ésta sirviera a los intereses ideológicos en lo que dieron en llamar la "apertura cinematográfica". Las acciones más significativas que se implantaron durante el periodo sexenal echeverrista estaban encaminadas a estatizar la industria cinematográfica en sus tres sectores. Una de las actividades de gran relevancia para la industria fue la de autorizar abundantes créditos oficiales (aquellos productores que proporcionaran garantías solventes) para apoyar a las nuevas generaciones de cineastas.

A inicio de la década de los setenta, algunas empresas estatales se encontraban en severas condiciones: COTSA explotaba 308 salas, de las cuales sólo 20 eran propiedad de la empresa; Películas Nacionales tenía 49 socios con rentabilidad nula y su déficit era cubierto por los accionistas; Películas Mexicanas y Cimex tenían pérdidas constantes por la inseguridad económica y política de los países donde distribuían y Cimex, en particular, contaba con un mercado muy restringido en Estados Unidos y nulo en Europa.

El Estado contaba con el Centro de Producción de Cortometraje para el cine documental que pertenecía a los estudios Churubusco. Posteriormente, los estudios Churubusco, en 1972, fueron adquiridos en su totalidad como parte de la estrategia de intervención estatal que se venía realizando desde hace algunos años atrás.

Para fortalecer la base cultural del cine se reinstaura la Academia y se retoma la entrega de los Arieles. Aunado a esto, en 1974, se funda la empresa CONACINE (órgano oficial que desplaza a los estudios Churubusco y realiza las películas más caras) y DASA Films (Directores Asociados, S.A.) especie de cooperativa creada para producir con el Estado.

A mediados de la década, inician labores otras empresas filmicas de participación estatal: CONACITE I (trabajaría con el STPC), CONACITE II (trabajaría con el STIC) y el Departamento de cine dependiente de la Secretaría de Educación Pública. Asimismo, se crea la Cineteca Nacional (la cual debió de haberse instaurado desde 1949) y dan inicio las actividades de la segunda escuela oficial de cine: el Centro de Capacitación Cinematográfica (CCC).

A pesar de que hubo una mayor libertad de expresión y se impulsó el desarrollo de nuevas propuestas, el Estado no dejó de estar pendiente de lo filmes que producía. Dicho cine llamó la atención, ya que no sólo recuperó parte de su público nacional que se había alejado hacia otras cinematografías, sino que tuvo mayor presencia en el ámbito internacional al obtener una gran cantidad de premios en festivales y muestras organizadas en diversos países de Europa, Asia y Latinoamérica.

El sector de la exhibición, a lo largo de la historia del cine, ha sido el sector más rentable y en el caso de México no era la excepción. A mediados del sexenio, COTSA

se había extendido a 375 salas y 91 de ellas captaban el cincuenta por ciento del público.

De 1,769 cines en 1970, aumentaron (4%) a 1,833 cines en 1979. En 1970 hubo 250.7 millones de espectadores y en 1979 llegaron a ser 271.3 (aumentaron 8%). El precio promedio de la entrada promedio en la década fue de \$8 pesos. Ver tabla 10.

Tabla 10. El sector de la exhibición durante 1970 - 1979

Exhibición	1970	1971	1972	1973	1974	1975	1976	1977	1978	1979	Total
No. cines*	1,769	1,745	1,726	1,720	1,741	1,783	1,863	1,799	1,858	1,833	-
Espectadores (mills.)	250.7	232.4	233.3	238.5	243.5	257.2	265.2	262.3	269.8	271.3	2,524
Precio de entrada (pesos)	3.64	4.03	4.41	4.75	5.63	6.75	8.44	11.44	14.21	17.85	8
Ingresos en taquillas (mills. pesos)	913.6	937.1	1,028	1,132	1,371	1,736	2,237	3,002	3,833	4,844	21,035

* No incluye los cine clubes universitarios, casa de cultura y cine clubes marginales.

Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de la Revista Pantalla, México, Dirección General de Actividades Cinematográficas, Coordinación de Difusión Cultural, Número 15, 1991.

Aunque la intervención estatal estuvo presente en los diversos sectores de la industria cinematográfica, ésta no logró recuperarse de la crisis en la que estaba sometida desde hace muchos años atrás; dado que los productores privados tendieron a realizar un cine cada vez más barato y, además, surgió el cine llamado "pirata" que se caracterizaba por que se filmaba en poblaciones fronterizas y evitaban sus obligaciones sindicales.

Durante la década hay una disminución de la producción (14%), se producen en total 818 películas con un costo promedio de 4.4 millones de pesos, lo que representó un aumento de 253% respecto de la década anterior. Su presencia en las salas de exhibición disminuye drásticamente (14%) y pierde más de 6 puntos porcentuales respecto al público con que contaba en los 60. Ver tabla 11.

El cine fue utilizado durante el sexenio echeverrista para proyectar una cara progresista del país. También benefició, en cierta forma, a los intereses privados de los sectores de la distribución y exhibición, al liberarse los precios de entrada en los cines (de 3 pesos aumentaron a 8 pesos) y desaparecieron los cines de segunda corrida para convertirlos en salas de estreno y así aumentar los ingresos de los productores privados (accionistas mayoritarios de Películas Nacionales), sin arriesgar y produciendo cada vez menos películas.

Al llegar López Portillo a la presidencia, recibe un país con múltiples intereses creados, con la devaluación de la moneda y la amenaza permanente de la inflación y el desempleo de las clases medias y bajas. Mientras en la industria cinematográfica la producción mayoritaria regresa a las compañías privadas, hay un gran desinterés por parte del Estado en el cine nacional. En el momento que López Portillo designó a su hermana Margarita López Portillo como Directora General de Radio Televisión y Cinematografía (RTC) le dio el "tiro de gracia" a la industria cinematográfica con su incompetencia e ineficacia. Desde RTC se darían las directrices que regirían el cine y estaría subordinado al Banco Nacional Cinematográfico.

Tabla 11. Producción y distribución de las películas mexicanas durante 1970 - 1979

Producción - Distribución	1970	1971	1972	1973	1974	1975	1976	1977	1978	1979	Total
Producción películas mexicanas	95	83	90	71	67	60	61	90	96	105	818
Costo de producción promedio (miles de pesos)	1,565	1,462	1,533	2,128	2,772	3,500	4,900	11,650	7,600	7,050	4,416
Costo promedio Estado (mills. pesos)	-	-	-	-	-	-	-	16.4	10.2	9.6	-
Costo promedio IP (mills. pesos)	-	-	-	-	-	-	-	6.9	5	4.5	-
Total películas estrenadas	400	481	442	456	581	566	493	497	518	584	5,018
Películas nacionales estrenadas	87	79	79	70	68	54	72	40	65	65	699
% Películas mexicanas	21.8	16.4	17.9	15.4	11.7	9.54	14.6	8.1	12.5	14.6	14

- Dato no disponible

Fuente: Elaboración propia con datos de Ma. Luisa Amador, *Cartelera cinematográfica 1970 - 1979*, México, Coord. de Difusión Cultural / CUEC / Dir. de Literatura, 1988., Federico Heuer, *La industria cinematográfica Mexicana*, México, DF, Policromía, 1964, Revista Cámara.

A inicios del sexenio, se liquida la empresa CONACITE I y el Banco Nacional Cinematográfico deja de ser la fuente principal de financiamiento del cine mexicano. Los productores privados realizaban los financiamientos de sus películas a través de anticipos por exhibición, favoreciendo al cine vulgar y populachero.

Varios acontecimientos afectaron al sector cinematográfico: el incendio ocurrido en la Cineteca, en 1982, en el que se perdió material de valor histórico incalculable y, además, hubo pérdidas de algunas vidas humanas que nunca fueron aclaradas; así como el supuesto fraude que realizaron algunos funcionarios de cine que nunca se probó ni se aclaró.

El cine independiente, realizado por egresados del CUEC y CCC, sobresaldría en este período con sus variadas formas de producción: formato Super 8, autofinanciamiento, cine universitario, académico y por cooperativas. Dicha producción, quizá superó en gran medida la producción estatal de esa época.

México fue importador regular de películas de diversos países en especial de las europeas durante la década de los sesenta y setenta; para los ochenta el consumo se revierte hacia las películas norteamericanas.

El cine mexicano se mantiene en su ritmo de producción y temático que se distinguía, en su mayoría, por la utilización de los albures, los desnudos y temas afines; gracias a la permisividad temática del gobierno. Pero poco les duró el gusto, ya que durante los ochenta sufren su decadencia al agotar los esquemas temáticos que utilizaban, por estos, entre otros hechos, al sexenio de López Portillo se le ha calificado como funesto.

1.5 Desmantelamiento de la industria cinematográfica (1980 – 1994)

Películas Nacionales es fragmentada en 1982, debido a la corrupción y mala gestión administrativa con la que contaba. Para mala fortuna del cine mexicano, poco a poco, se fueron vendiendo o cerrando las salas de carácter popular que exhibían el cine mexicano, éstas eran empresas familiares que dejaban el camino libre a las grandes cadenas, especialmente, extranjeras, que mayormente exhibían películas extranjeras que alquilaban a un porcentaje menor al de las mexicanas, excepto las grandes superproducciones.

En 1980 había 2,851 cines, según registros de CANACINE, que disminuyeron (33%) a 1,913 cines en 1989. En 1984, hubo 410.1 millones de espectadores, y en 1989 llegaron a ser 246.5, lo que también representó una disminución de 40%. El precio de entrada promedio de la década fue de 667 pesos. Ver tabla 12.

Al asumir la presidencia Miguel de la Madrid sabía perfectamente que le deparaba un sexenio bastante difícil y al tratar de revertirlo realizó dos transformaciones estructurales fundamentales al sistema económico mexicano: la privatización, o desincorporación si se prefiere, del enorme e ineficiente aparato paraestatal que

competía deslealmente con las empresas privadas produciendo todo género de mercancías y servicios; y la eliminación del sistema proteccionista a ultranza que había convertido a la industria nacional en obsoleta y no competitiva en los mercados internacionales.

Tabla 12. El sector de la exhibición durante 1980 - 1989

Exhibición	1980	1981	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989 *	Total
No. cines*	2,851	-	2,043	2,107	-	2,273	2,333	2,391	2,384	1,913	-
Espectadores (mills.)	-	-	-	-	410.1	450.2	389.2	350.7	302.2	246.5	2,149
Precio de entrada (pesos)	-	-	-	-	90	140.22	265.46	547.9	1,246.9	1,709	667
Ingresos en taquillas (mills. pesos)**	-	-	-	-	538368	583636	512993	411466	376852	-	2,423,316

- Dato no disponible

* Cines registrados en CANACINE

** A valor de 1988. Se utilizó el INPC (datos de CANACINE)

Fuente: Elaboración propia con datos de CANACINE, A.C. y Asociados, Conferencia de autoridades cinematográficas latinoamericanas (CACI)

En el caso de la industria cinematográfica se fundaron los Institutos de Radio, Cine y Televisión sin desaparecer la Dirección de RTC, quien se encargaría de la supervisión y censura.

En 1983 se crea el Instituto Mexicano de Cinematografía (IMCINE) que estaba subordinado a la Dirección de RTC y, por lo tanto, a la Secretaría de Gobernación. Tenía como principales actividades: fungir como intermediario para coordinar las labores de las empresas e instituciones de los sectores de la producción, distribución, exhibición, promoción y enseñanza. Con estos movimientos burocráticos se afectó muy poco la estructura filmica.

Para el cine independiente hubo una disminución significativa en su producción, dado que había poco o nulo interés por parte de los dirigentes en turno del IMCINE. Se realizó, tardíamente, un tercer Concurso de cine experimental en el que sólo participaron doce cintas independientes en total.

Se filman en total 812 películas, seis menos que la década anterior, con un costo promedio de 111.4 millones de pesos. Su presencia en las salas de exhibición fue de 21%; y el público que asistió a las salas se incrementó más de 7 puntos porcentuales respecto del que contaba en los años 70. Ver tabla 13.

Con respecto a la producción se decía que una cinta barata, que costara alrededor de 150 mil dólares tenía asegurada la recuperación de un tercio de lo invertido al proyectarse en salas de México, otro tercio al comercializarse en video en el país y el resto en los Estados Unidos. Lo demás era ganancia.¹⁴ Por lo que los productores renunciaron a producir filmes en celuloide y, una gran parte, se abocaría a la grabación de largometrajes en video (*video homes*), los cuales, en su mayoría, eran hechos con fines comerciales. Mientras que el cine de medio y cortometraje, producido por las escuelas de cine (CUEC y CCC), no se exhibía en salas comerciales.

Tabla 13. Producción y distribución de las películas durante 1980 - 1989

Producción -Distribución	1980	1981	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989	Total
Producción películas mexicanas	107	97	87	82	64	79	63	65	76	92	812
Costo de producción general (mills. pesos)	-	-	-	-	27.7	45	90.5	159	235	-	111.4
Costo producción (Estado)	-	-	-	-	75.3	86.2	148	260	993	-	312.5
Costo producción (Iniciativa privada)	-	-	-	-	23.7	49	89.9	162	217	-	108.3
Total películas estrenadas	366	366	354	342	293	293	350	360	338	313	3375
Películas nacionales estrenadas	71	76	72	60	55	58	81	93	75	81	722
% Películas mexicanas	19.4	20.8	20.3	17.5	18.8	19.8	23.1	25.8	22.2	25.9	21.4

- Dato no disponible

Fuente: Elaboración propia con datos de CANACINE y IMCINE, A. C. y Asociados.

En 1986, por iniciativa del director de cine, Jaime Hermosillo, se realiza la Muestra de Cine Mexicano en Guadalajara que año con año se sigue llevando a cabo. Fue apoyada, desde un principio por la Universidad de Guadalajara, aunque no es del todo competitiva; sirve como escaparate para el cine mexicano.

El sexenio de Carlos Salinas de Gortari, quien fue electo de manera muy dudosa, logró una relativa estabilidad económica en el país. Sin embargo, "fue continuador de la política neoliberal De la Madrid; desde el principio de su mandato fustigó el modelo que hasta entonces había prevalecido en México por décadas, atacó en especial al proteccionismo, al intervencionismo gubernamental en la vida económica y a la política expansionista basada en los déficit públicos y en la inflación."¹⁵

¹⁴ GARCÍA Riera, Emilio, *Breve historia del cine mexicano: primer siglo 1897-1997*, México, CONACULTA-IMCINE-Canal 22-Universidad de Guadalajara, 1998, p. 346.

¹⁵ BECERRA, Ricardo, *25 años de la Economía Nacional*, <http://www.avantel.net/scaldero/zedillo.html>, 24/03/05.

Uno de los acontecimientos de gran trascendencia fue la firma del Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos y Canadá; del que se esperaban resultados visibles a corto plazo en algunos sectores económicos de los tres países y desencadenara una serie de acontecimientos dentro de las industrias culturales de cada país. Por ejemplo, Canadá se negó a incluirlas en las negociaciones del Tratado, mientras que México no le dio importancia a que se negociaran o no las industrias culturales, por lo que éstas quedaron de forma explícita fuera del Tratado.

Sin embargo, hubo aspectos a considerar como los derechos de autor o aspectos de telecomunicaciones, que tienen que ver con el sector audiovisual (cine, televisión y video). Para la firma del TLC, en el sector audiovisual se realizaron algunos cambios de manera asistemática, por ejemplo, en la LFC de 1992, en el Artículo Tercero transitorio, se rompe con una tradición proteccionista de la Ley de 1941 (50% a cine nacional) al disminuir las cuotas de películas mexicanas en las salas de cine, de 30% en 1993, reduciéndose 5% cada año hasta un 10% el 31 de diciembre de 1997.¹⁶

IMCINE para ceder a presiones del sector cinematográfico aportó más de 200 millones para la creación de un Fondo de Fomento para la Calidad Cinematográfica, que sirvió para estimular la producción multipartita (coproducción con cooperativas y/o empresas extranjeras), ya que sólo de esta forma era posible levantar algún proyecto filmico de cierta ambición.

Además, IMCINE vivió una nueva etapa, ya que pasó a formar parte del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA), que a su vez dependía de la Secretaría de Educación Pública (SEP). A su vez, IMCINE, tendría bajo su dirección al Fondo de Calidad Cinematográfica y a la Academia Mexicana de Artes y Ciencias Cinematográficas.

El IMCINE, desde sus albores, no fue diseñado para producir por completo alguna película, por el contrario, sólo coproduce y distribuye las producciones en las que interviene; obligando a los productores a buscar otros financiamientos en otras instituciones (nacionales y/o extranjeras).

A fines de 1990 fueron liquidadas las empresas estatales Conacine y Conacite II.

¹⁶ SÁNCHEZ Ruiz, Enrique, *México, Canadá y la Unión Europea: hacia un Análisis comparativo de políticas de comunicación*, http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/anteriores/n19/19_eruiz.html#8, 18/02/05.

En 1992 se aprueba la nueva Ley Cinematográfica, pero la redacción de su reglamento queda paralizada por algunos años, ya que no se ponían de acuerdo en algunas disposiciones y, a la vez, ésta debía de satisfacer las exigencias antiproteccionistas del TLC con los Estados Unidos y Canadá.

Durante el sexenio, se pone fin al poder sindical que había imperado por muchos años sobre la producción de cine por lo que se terminó con la división que se había establecido entre el cine industrial e independiente o experimental. Ya no se clasificaría a las películas como independientes, si habían o no participado en el concurso del STPC y el STIC, aunque en la actualidad se sigue dando dicha denominación a las películas realizadas sin el apoyo del Estado.

En 1993 son subastados los estudios América y las salas de cine de COTSA, a las que siempre se encontraron en total deterioro, la venta total sumó 645 millones de dólares. Poco a poco, fueron cerrándose las salas de cine en todo el país y se liberó el precio de las entradas.

La exhibición sufrió un desplome constante a lo largo de cinco años: durante 1990 se vendieron 194.5 millones de boletos en las 1,913 salas que existían en México, en 1994 se vendieron 82 millones de boletos y el número de salas disminuyó a 1,434. El precio promedio por boleto fue de 6.2 nuevos pesos. Ver tabla 14.

El ingreso de empresas del sector de exhibición bajo el concepto de salas multiplex (Cinemark, Cinemex y la expansión de Organización Ramírez) amplió, en años posteriores, nuevamente el mercado con diferentes estrategias comerciales que llevaron a las clases medias y altas a los cines.

Los estudios Churubusco, aún en manos del Estado, sufrieron la fragmentación de su territorio al construir, en 1994, el Centro de las Artes, en las dos terceras partes de su extensión. Fragmentación que no perjudicó el funcionamiento de los Churubusco, ya que la producción de películas mexicanas tendían a descentralizarse hacia el interior de la República.

Tabla 14. El sector de la exhibición durante 1990 - 1994

Exhibición	1990	1991	1992	1993	1994	Total
No. de cines*	1,913	1,658	1,616	1,415	1,434	-
Espectadores (mills.)	194.5	170	134	103	82	683.5
Precio de entrada (nuevos pesos)	3.5	4.7	5.2	7.7	9.8	6.2
Ingresos en taquillas (mills. pesos)**	425	647	698	752	779	3,301

* Cines registrados en CANACINE

** A valor de 1988. Se utilizó el INPC (Datos de CANACINE)

Fuente: Elaboración propia con datos de CANACINE, A.C. y Asociados, Conferencia de autoridades cinematográficas latinoamericanas (CACI)

De 1991 a 1994 se llevaron a cabo los concursos, del cuarto al séptimo de cine experimental para darles continuidad, aunque éstos no fueron precisamente de cine experimental. Dichos concursos se llevaron a cabo gracias a la fundación del Fideicomiso de Estímulo al Cine Mexicano realizada por el IMCINE, el departamento del Distrito Federal y el STPC.

Durante el período de 1990 a 1994, se producen en total 272 películas con un costo promedio de producción de 1.6 millones de nuevos pesos. Se estrenaron en total 334 películas mexicanas, que representaron 22% del total. Ver tabla 15.

Tabla 15. Producción y distribución de las películas mexicanas durante 1990 - 1994

Producción - Distribución	1990	1991	1992	1993	1994	Total
Producción películas mexicanas	75	62	58	49	28	272
Costo de producción general (mills. nuevos pesos)	0.7	1.5	1.9	1.7	2.2	1.6
Costo de producción público (mills. nuevos pesos)	1.2	2.2	3.0	3.4	2.5	2.5
Costo de producción privado (mills. nuevos pesos)	0.6	1.0	1.5	1.2	2.1	1.3
Total películas estrenadas	342	323	311	260	271	1,507
Películas nacionales estrenadas	74	88	69	49	54	334
% Películas mexicanas	21.6	27.2	22.2	18.8	19.9	22.2

Fuente: Elaboración propia con datos de CANACINE, Películas Nacionales, IMCINE y A.C. Y Asociados.

A pesar de todas las fallas del gobierno salinista, este parecía todo un éxito y así lo reconocían las instituciones financieras y la prensa especializada internacional. A

mediados de 1994 México ingresó a la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), pero también surgió a la luz pública el Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN).

1.6 El nuevo cine mexicano (1995 – 2004)

En diciembre de 1994, Ernesto Zedillo Ponce de León toma posesión de la presidencia. Sin embargo, a dos semanas después de su llegada al poder, se devalúa el peso frente al dólar (de 3.60 pesos por dólar, en diciembre de 1994, se fue hasta 7.50 pesos por dólar, en marzo de 1995) a consecuencia del constante deterioro de las reservas internacionales del Banco de México. Se calcula que la pérdida de recursos fue varias veces mayor a las crisis de 82 y a la de 86 (equivalente a más del 7% del producto interno bruto).

En la producción cinematográfica se reflejaba la situación económica, social y política por la que atravesaba el país, ya que sólo una empresa privada producía de manera continua: Televisine, firma respaldada por Televisa.

En el sector de la exhibición, éste se fue recuperando, poco a poco, a lo largo del sexenio, aunque con ciertos altibajos. Durante 1995 se vendieron 62 millones de boletos en las 1,495 salas que existían en México, en 2000 se vendieron 130 millones de boletos y el número de salas aumentó a 1,752. El precio promedio por boleto fue de 22.3 pesos. Ver tabla 16.

Tabla 16. El sector de la exhibición durante 1995 - 2000

Exhibición	1995	1996	1997	1998	1999	2000	Total
No. cines*	1,495	1,639	1,842	2,105	2,320	1,752	14,153
Espectadores (mills.)	62	80	95	104	120	130	591
Precio de entrada	12	12.6	21	25.21	31.3	32	22.3
Ingresos en taquillas (mills. pesos)	744	1,006	1,991	2,622	3,755	4,160	14,278

* Cines registrados en CANACINE

Fuente: Elaboración propia con datos de CANACINE, A.C. y Asociados, Conferencia de autoridades cinematográficas latinoamericanas (CACI)

La devaluación del peso contribuyó a que varias producciones hollywoodenses fueran rodadas, total o parcialmente, en el país con los pocos trabajadores sindicalizados que quedaban.

Cabe señalar que durante el sexenio zedillista, en el ámbito cultural se dio gran importancia a la difusión de medios audiovisuales. Destacó, por ejemplo, la ampliación del circuito de exhibición de la Cineteca Nacional en 52 ciudades del país.

Durante el período de 1995 a 2000, se produjeron 104 películas mexicanas con un costo promedio de 8.9 millones de pesos. Disminuyó drásticamente el nivel de producción, de 440 a 104 películas, respecto al sexenio anterior. Mientras que el costo de producción promedio aumentó considerablemente (450%). Se estrenaron en total 1,744 películas, de las cuales 110 fueron mexicanas que representaron 6% del total. La presencia del cine mexicano en salas disminuyó 15 puntos porcentuales en comparación al sexenio anterior.

Tabla 17. Producción y distribución de las películas mexicanas durante 1995 - 2000

Producción - Distribución	1995	1996	1997	1998	1999	2000	Total
Producción películas mexicanas	17	16	13	11	19	28	104
Costo de producción general (mills. pesos)	3.3	6.2	7.1	12.7	11.5	12.9	8.9
Total películas estrenadas	290	290	320	296	306	242	1,744
Películas nacionales estrenadas	39	20	16	8	11	16	110
% Películas mexicanas	13.4	6.9	5	2.7	3.6	6.6	6.3

Fuente: Elaboración propia con datos de CANACINE, IMCINE, diversas fuentes hemerográficas y páginas de Internet.

El sexenio de Ernesto Zedillo deja un México escindido, no sólo pobre sino extraordinariamente desigual.¹⁷

Las elecciones del 2000, serán recordadas como aquéllas en las que fue derrotado el Partido Revolucionario Institucional (PRI) después de 71 años de poder hegemónico, por el Partido de Acción Nacional (PAN).

Al tomar el poder Vicente Fox Quezada, termina rápidamente con las expectativas ciudadanas: las promesas de cambio democrático, un nuevo país sin corrupción, impunidad, con un crecimiento anual de 7% y la resolución del conflicto zapatista; ya que continua con las mismas directrices del modelo económico y político

¹⁷BECERRA, *op. cit.*

de los gobiernos anteriores. Sin embargo, a cuatro años de la administración de Fox, la realidad nacional se caracteriza por un estancamiento económico, enormes rezagos sociales y una agenda general pospuesta: educación, equidad, pobreza, energía, campo, trabajo, capital humano, diseño institucional, hacienda y federalismo.

En el sector cinematográfico, IMCINE se encargaría de la coordinación del nuevo Fondo para la Producción de Cinematográfica de Calidad (FOPROCINE) con un presupuesto base de 135 millones de pesos que agotaría sus recursos en el 2001.

En el año 2001 fueron aprobados el Reglamento a la Ley Federal de Cinematografía (RLFC) y el Fondo de Inversión y Estímulos al Cine (FIDECINE), el cual recibió 70 millones de pesos –30 millones menos de los previstos– para su operación.

En diciembre de 2002 se publica en el Diario Oficial de la Federación la reforma fiscal del "peso en taquilla", la cual entró en vigor en enero de 2003, manteniendo a la industria nacional cinematográfica en trámites legales porque las *majors*¹⁸ insistían en que era inconstitucional y, por lo tanto, interpusieron juicios para ampararse. Unas cuantas distribuidoras han ganado el juicio, pero otras han perdido.

En 2003, el actual gobierno propuso en su proyecto de Presupuesto de Egresos del 2004 la desincorporación y venta, entre otras infraestructuras culturales, el IMCINE, el CCC y Estudios Churubusco Azteca (ECHASA). Pero dicha iniciativa recibió un rotundo rechazo, nacional e internacional, de la comunidad cinematográfica, intelectuales y legisladores.

A pesar de lo anterior, en el cuarto informe de actividades de Vicente Fox, éste resalta la labor hecha en el sector cinematográfico durante el año :

"El Imcine ha recibido recursos adicionales por 290 millones de pesos para el apoyo a la producción de películas (en la pasada administración sólo se otorgaron 150 millones adicionales a este rubro). Se otorgaron recursos a más de 50 películas y 44 cortometrajes. Se participó en 34 eventos nacionales de cine y en más de 700 festivales y mercados cinematográficos internacionales. Los trabajos apoyados con recursos estatales han recibido 218 premios y reconocimientos nacionales y 116 internacionales."¹⁹

El sector de la exhibición es el que en este sexenio ha tenido un gran crecimiento respecto al sexenio anterior, ya que en el 2001 duplicó el número de boletos vendidos

¹⁸ Distribuidoras transnacionales de cine, principalmente estadounidenses.

¹⁹ SEP-CONACULTA, El Universal, sección Cultura, México, DF, 02/09/04, p. F4.

en 2000 y para 2004 se vendieron 164 millones de boletos, poco más de 17% de los vendidos en 2001. De las 2,579 pantallas cinematográficas que había en 2001, éstas aumentaron 25% en 2004. El precio promedio por boleto fue de \$33.2 pesos. Ver tabla 18.

Durante el período de 2001 - 2004, se produjeron 100 películas mexicanas con un costo promedio de 14.9 millones de pesos, cifra positiva ya que respecto con el sexenio anterior se produjeron en total 104 largometrajes. Sin embargo, son pocas para satisfacer la demanda de poco más de ciento cinco millones de habitantes del país. Mientras que el costo de producción promedio aumentó 60 por ciento. Ver tabla 19.

Tabla 18. El sector de la exhibición durante 2001 - 2004

Exhibición	2001	2002	2003	2004	Total
Pantallas cinematográficas	2,579	2,823	3,054	3,242	-
Espectadores (mills.)	139	152	137	164	592
Precio de entrada (pesos)	-	-	33.2	33.3	33.2
Ingresos en taquillas (mills. pesos)	4,049	4,085	4,546	5255	18,535

- Dato no disponible

Fuente: Elaboración propia con datos de UGALDE, Víctor, "Panorama de la producción cinematográfica nacional" en Estudios Cinematográficos, México, Año 10, Número 26, enero-marzo 2005, p. 57.

Se estrenaron en total 1,094 películas, de las cuales 79 eran mexicanas, aproximadamente 7% del total. La presencia en las salas del cine mexicano ha aumentado ligeramente con un punto más en comparación con el sexenio anterior. Ver cuadro 1 al 4 del anexo 1.

Tabla 19. Producción y distribución de las películas mexicanas durante 2001 - 2004

Producción - Distribución	2001	2002	2003	2004	Total
Producción películas mexicanas	21	14	29	36	100
Costo de producción general (mills. pesos)	14.4	12	13.8	19.6	14.9
Total películas estrenadas	260	256	279	299	1,094
Películas nacionales estrenadas	19	17	25	18	79
% Películas mexicanas	7.3	6.6	9	6	7.2

Fuente: Elaboración propia con datos de IMCINE y CANACINE

CAPÍTULO II INTEGRACIÓN DE LA INDUSTRIA CINEMATOGRAFICA

2.1 Proceso de producción de una película

El cine tiene una enorme capacidad de difusión y alcance masivo, transmite una serie de valores estéticos y éticos que influyen de manera determinante en la conducta e ideología de los individuos y de la sociedad en su conjunto.

La cinematografía ha sido objeto de estudio de diferentes disciplinas: económicas, culturales, políticas, sociológicas, psicológicas; sin embargo, los empresarios de las industrias culturales la han valorado más por su repercusión comercial que por su calidad de expresión artística.

Desde el punto de vista económico se entiende por industria cinematográfica: "área económica supraindustrial, que conjuga las tradicionales ramas conformadoras de esta actividad: la producción, la distribución y la exhibición; amalgama de manera armónica tres sectores, una industria de transformación: la producción y, dos industrias de servicios: la distribución y la exhibición; estos elementos aunque contienen manifestaciones autónomas, en realidad son parte de la unidad."²⁰

Los sectores de producción, distribución y exhibición están condicionados mutuamente, por lo tanto, no es posible aislar cada uno de ellos para su estudio particular. Como todo sistema, se encuentran interrelacionados con otras actividades que intervienen directa e indirectamente en cada una de los sectores que lo conforman, como son: la producción de equipo, materiales para filmación, estudios y laboratorios, financiamiento, las actividades de publicidad y promoción de películas, equipos de exhibición, construcción de salas, venta de dulces, bebidas y otros productos comestibles, el uso de espacios para fines publicitarios, etcétera.

"La estructura de la industria puede asemejarse a una pirámide invertida."²¹ En la parte superior se encuentra la exhibición, descansando sobre la distribución y, a su vez, éstas sobre la producción. En la exhibición es donde se halla la mayor inversión de la

²⁰ CONTRERAS y Espinosa, Fernando, *La producción, sector primario de la industria cinematográfica*, México, UNAM, Dirección General de Difusión Cinematográfica, Textos de Cine 4, 1973, p. 14.

²¹ HEUER, Federico, *La industria cinematográfica mexicana*, México, Policromía, 1964, p. 9.

industria, el mayor volumen de ocupación y la mayor parte del ingreso generado en la industria.

El proceso que se sigue en la producción de películas es generalmente industrial, en donde intervienen insumos materiales (la película virgen, equipo, estudios, laboratorios), recursos humanos (intelectual y artísticos) y económicos (capital, financiamiento). La transformación y/o combinación sistémica de estos elementos en las distintas fases de la producción da como resultado un producto terminado: la película positiva²² para que continúe con la distribución y exhibición.

A diferencia de otros productos industriales o de otras películas, independientemente de su contenido y forma, intervienen una serie de elementos creativos y artísticos que los hacen únicos y diferentes, es decir, cada película satisface las expectativas de un determinado público a quien va dirigido y, que a su vez, éste le confiere un conjunto de características especiales que determinan si es o no una película de calidad.

En México, la producción de cine mexicano se divide en industrial e independiente. El cine industrial, a su vez, se subdivide en producción estatal y privado. El cine independiente se subdivide en cine autofinanciado, universitario, académico y por cooperativa.

La diferencia que existe entre la producción industrial e independiente, es que la primera se caracteriza por que se filma con trabajadores de los sindicatos de cine y es distribuida y exhibida dentro de los circuitos comerciales. Mientras que la producción independiente, de acuerdo a cada proyecto, contratan la fuerza de trabajo —técnica, intelectual o artística— y se distribuye y exhibe, generalmente, fuera de los circuitos comerciales.

Según sea el caso, puede darse una relación híbrida entre la producción industrial e independiente, es decir, que pueden intervenir uno o más productores industriales o independientes para apoyar financieramente la realización de un filme.

Existen 3 modalidades de producción de acuerdo a la duración de la cinta:

²² Primera versión de la película, ya montada y con la banda sonora armada, que se utiliza para afinar el etalonaje, es decir corregir las densidades de luz y otros aspectos de la fotografía en el laboratorio para hacer luego la copia definitiva que es la que se proyectará en las salas de cine. Cfr. Séptima-ars, España, <http://www.septima-ars.com/transfer/archivo.html>, 23/05/05.

- a) Largometraje con duración de más de 60 minutos;
- b) Mediométraje con duración de más de 30 minutos, pero menor a 60 minutos
- c) Cortometraje con duración menor de 30 minutos.

Tanto en la producción industrial como en la producción independiente, interviene un personaje de vital importancia: el productor (persona física y/o moral); quien, en teoría, "pone en marcha el proceso productivo de una película, asumiendo la responsabilidad de reunir y armonizar los elementos económicos y técnicos que concurren en ella; darle posteriormente explotación adecuada para que incida en una pronta recuperación de la inversión, y que, le permita obtener, finalmente, una utilidad que compense los riesgos que entraña la producción de un filme."²³

Frecuentemente, los productores, guionistas y/o directores, en su continua falta de capital, quedan inhabilitados para financiar totalmente o gran parte de la producción de su proyecto; por lo que se ven en la necesidad de recurrir a diferentes fuentes de financiamiento con las instituciones dedicadas para tal fin.

En la producción industrial, tanto estatal como privada, se dedican a apoyar los filmes que tienen perspectivas de recuperación financiera. En muchos casos, no siempre es posible que se obtenga dicha recuperación por lo que muchos productores no se arriesgan a apoyar aquellos proyectos que no les procuren cierta garantía de éxito.

Una vez que el proyecto es aprobado por tener una mayor probabilidad de éxito, el productor planea todas las actividades e integra los elementos que intervendrán en las distintas etapas del proceso de producción. Posteriormente, realiza un presupuesto y sobre esa cantidad se ciñen los alcances y limitaciones de la producción.

Las etapas que comprenden el proceso de producción de una película son: preparación, preproducción, rodaje y terminación o posproducción. Es preciso señalar que sólo se hará un análisis minucioso de las actividades más sobresalientes de cada una de las etapas de producción, ya que sería imposible abarcar todas por los alcances y limitaciones de esta investigación.

En la etapa de preparación es donde se ha tomado la decisión de producir una película y es necesario contar con una idea o desarrollo de un tema que puede partir de

²³ CONTRERAS, *op. cit.*, p. 62.

un hecho de la vida real, de una obra literaria, adquiriendo su contexto cinematográfico a partir de que se escribe el guión. La diferencia de un guión con respecto a una obra literaria o un libreto dramático radica en que éste está escrito para ser visualizado, más que para ser leído. La importancia de poseer un buen guión es que se tiene garantizado gran parte del éxito de una película.

No basta poseer el guión que será filmado es indispensable contar con el director, quien es la persona poseedora del conocimiento y la experiencia para la ejecución de la técnica cinematográfica, en la cual va implícito su estilo personal y particular, que plasmará en cada uno de los elementos que intervendrán en la película, proporcionándole un valor agregado intrínseco. El director debe de asumir la postura de líder en el tiempo que dure el proyecto, por lo tanto, tiene como responsabilidad: efectuar una apropiada planeación de todas las actividades a realizar, guiar e influir en las personas que estén a su cargo para el logro de los objetivos, optimizar todos los recursos materiales, humanos y económicos que le fueron concedidos, debe contar con la audacia y originalidad en la solución de problemas, así como, la disposición de aceptar la consecuencia de sus propias decisiones. Dichos esfuerzos deben estar encauzados a un fin principal: terminar una película.

Una vez que se cuenta con la historia en la que se basará la película, inicia la etapa de preproducción en donde se selecciona al personal técnico y artístico idóneo a las necesidades del filme. En paralelo, se buscarán locaciones, se contrataran diferentes seguros; posteriormente, el productor confirma con sus colaboradores que todo el equipo humano y técnico esté listo para el rodaje.

El director estudia las posibles fallas o desvíos dentro de la planeación realizada, visita las locaciones, ensaya los textos con los protagonistas y se entrevista para ultimar detalles con sus colaboradores. Los recursos humanos con los que trabajará constantemente son: el equipo técnico y artístico. Los integrantes del equipo técnico son todos aquellos que están detrás de la cámara (asistente, anotador, fotógrafo, etcetera) y los que trabajan ante los lentes de la cámara son los miembros del equipo artístico (actores y actrices principales, secundarios, "dobles"). No hay un equipo técnico ideal, ya que los elementos que lo componen varían en función de la película,

de los métodos de trabajo del director y de los recursos materiales y financieros con los que se cuentan. Ver figura 1.

El rodaje es la etapa en donde se inicia la filmación desde la primera hasta la última toma, pero antes de iniciar el rodaje los distintos equipos técnicos y artísticos que intervienen se preparan para sus respectivas funciones en un determinado tiempo.

Para llevar a cabo la filmación de una película es indispensable contar con la película²⁴ y la cámara. La velocidad del paso de las fotografías frente a la ventanilla de filmación es, normalmente, veinticuatro por segundo. Cuando se proyectan rápidamente las imágenes fijas, éstas son ampliadas sobre la pantalla, provocando en el espectador el efecto de continuidad. Lo que se logra gracias a la persistencia retiniana, que es una característica de la visión humana que consiste en mantener la imagen un instante después de que el objeto que se observaba deja de ser visto. De esta forma, fue posible la creación del lenguaje cinematográfico.

Las películas cinematográficas tienen diversos formatos, según su ancho. Los más usuales son los de 8, Super 8, 16 y 35 milímetros.

- El de 8 y Super 8mm: formatos que por su economía y manualidad son utilizados para producciones independientes y el aprendizaje, pero son formatos obsoletos actualmente.
- El de 16mm: formato que ofrece una gama de posibilidades en la filmación y proyección y se utiliza para películas en televisión. Asimismo, los filmes hechos en 16mm pueden ampliarse a 35mm.
- El de 35mm: formato más usual dentro de la industria cinematográfica, ya que permite un tamaño adecuado de la banda sonora para una correcta transcripción óptica del sonido.

En la actualidad, con los avances de la tecnología es posible realizar la transferencia de cinta de video digital a películas de cine. La transferencia digital²⁵ es

²⁴ Es una larga cinta de material flexible y transparente, que sirve de soporte a una o más capas de emulsión, sobre las que se fijan una serie de fotografías instantáneas tomadas de la realidad, cada una de las cuales capta un instante determinado del movimiento. OVANDO Trejo, Rosalba, *Espacio de la industria cinematográfica y el videohome en México*, Tesis de licenciatura en Periodismo y Comunicación, México, UNAM-ENEP Aragón, 1998, p. 19-20.

²⁵ La transferencia de video digital a película es básicamente un proceso que consiste en convertir productos terminados en televisión estándar (PAL y NTSC), HDTV, o bien en 2K y 4K, a película de 35mm. Estos productos originales son primero convertidos en archivos de computadora de formato SGI,

posible entre distintos formatos: de 16mm, Super 16, o video estándar, video HDTV, o bien de video a 35mm. Cada día hay más laboratorios que cuentan con una técnica propia para el proceso de transferir una cinta de video a película de cine, pero no ha sido del todo estandarizado.

Entre las ventajas que ofrece el video digital son las siguientes: es una alternativa costeable para aquellas personas que quieren realizar cine, ya que pueden asumir riesgos en términos de calidad, es decir, tienen poco que perder al experimentar con este formato y mucho que ganar si logran hacer una película realmente original.

Con el video digital se ha restado poder a los inversionistas para darlo a los realizadores, quienes ya no requieren de dinero o la aprobación de los inversionistas.²⁶

Existen varios modelos de cámara, pero sus características esenciales no varían. La cámara de cine se elige en función de las necesidades de cada rodaje. La cámara cinematográfica contiene la película virgen y la somete a un proceso mecánico y óptico para fijar en su superficie una imagen latente, imagen que será luego revelada en el proceso de laboratorio. Está dotada de un motor de arrastre que sirve para exponer la película un determinado número de veces por segundo, obteniendo con cada exposición un fotograma.²⁷

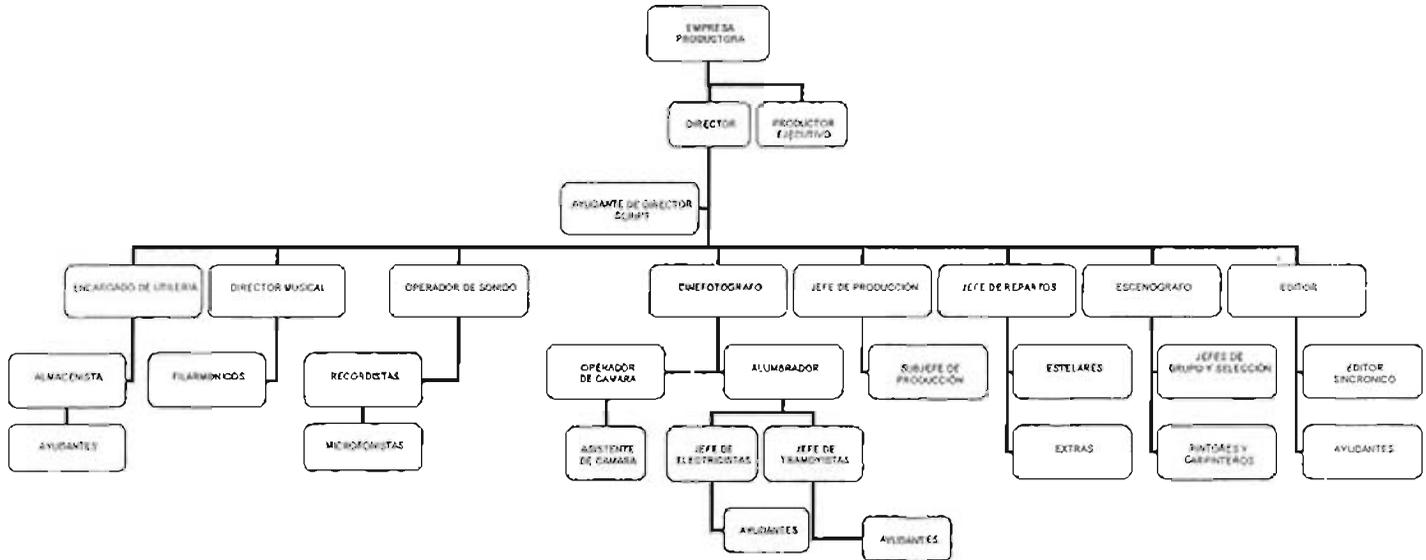
Durante la etapa de rodaje, el director delega a su asistente de dirección gran parte de la organización y coordinación del plan de trabajo para que él pueda dedicarse más a la parte creativa. Minutos, quizá, horas antes de que inicie el rodaje se comienza a instalar los decorados de cada set, se llevan a cabo las pruebas de luz, maquillaje y vestuario. Los electricistas preparan la iluminación según las indicaciones del director de fotografía y los maquilladores y peluqueros preparan a los actores para su personificación y, a la vez, éstos repasan las líneas de diálogo del día. El ayudante de dirección es quien se encarga de verificar que todos los actores estén listos para rodar.

RGB, Cineon, TIFF, para posteriormente pasar esta información a la *film recorder*, de modo que, una vez que se tiene la información en ella, se puede proceder a fotografiar cada uno de los cuadros en un material negativo. BERCINI, Reyes, Peláez, Rodolfo, "New Art Digital tecnología de punta en México" en Estudios Cinematográficos, México, Coordinación de Difusión Cultural-UNAM, Año 7, Número 20, febrero-julio 2001, p. 33.

²⁶ Este tema se puede ampliar en BRODERICK, Peter, "Una nueva ecuación: directores jóvenes independientes = realización en video digital" en Estudios Cinematográficos, México, Coordinación de Difusión Cultural-UNAM, Año 7, Número 20, febrero-julio de 2001, p. 48.

²⁷ OVANDO, *op. cit.*, p. 23.

Figura1 Personal que interviene en la filmación de un largometraje



*Este cuadro muestra las relaciones de dependencia de los elementos que intervienen en el rodaje de la película.

Fuente: Contreras y Espinosa, Fernando, *La producción, sector primario de la industria cinematográfica*, México, Textos de cine, 1973, p.91.

Cuando está todo listo, tanto el equipo técnico y el artístico, el ayudante de dirección pide silencio y el director comienza a rodar. Durante cada toma, no puede producirse ningún ruido que no esté establecido en el guión. Sólo el director, el operador o el jefe de sonido tienen autoridad para detener el rodaje de una toma, siempre y cuando, existan fallas en los equipos o en la actuación de los actores. Una vez que los actores finalizan su actuación prevista en el guión, el realizador da la voz de "¡corte!". Así, sucesivamente, serán los demás días de filmación hasta terminar con el guión que hasta ese momento se asimila a las piezas de un rompecabezas.

La etapa de posproducción comprende las actividades de montaje o edición, la sonorización, efectos especiales y musicalización.

El director y parte de su equipo de trabajo, artístico y/o técnico, acuden al laboratorio a ver *rushes* después de rodar. Durante los días de filmación, se envía el negativo al laboratorio, donde se pone a un baño químico. Independientemente de las condiciones en que se rodó la película, se selecciona una luz de impresión de medio rango, y todos los *rushes* son hechos en esta misma luz. Es importante señalar que para la copia final se hace con mucho más cuidado y precisión, pero en este momento lo más importante es la velocidad. La finalidad de ver los *rushes* ayuda al director, en colaboración con el editor, a descartar aquellas tomas que no formarán parte de la copia de trabajo; igualmente, aquellas de las que no esté completamente de acuerdo con la actuación de los actores, fallas técnicas de la cámara, de la iluminación. No obstante, la edición se llevará a cabo hasta que haya finalizado por completo el proceso de filmación. Posteriormente, el editor hace *rank*, es decir, la película es transferida a video, proceso que simplifica la edición y facilita la recuperación del *pietaje*²⁸.

El montaje o edición es uno de los procesos primordiales, ya que de él depende la velocidad y el ritmo de la película. El montaje consiste en el ordenamiento de las tomas de acuerdo al guión para darle un ritmo congruente de los planos y dotar a la historia de una continuidad, de tal forma que para el espectador sea imperceptible la transición de los diferentes planos. Cabe resaltar, que el editor trabaja con copias positivas y nunca con el negativo.

²⁸ Número que coloca el fabricante en el negativo, que identifica cada pie de película. Esto permite, a la hora del corte de negativo, identificar con exactitud el fotograma donde debe realizarse cada corte. Cfr. CHC, http://www.comohacercine.com/glosario_tecnico_P.php, 08/11/04.

Una vez que se ha ensamblado lo que será la película, ésta todavía no tiene música ni efectos de sonido, el color no está ajustado; se procede al primer corte, en donde se enumeran y separan los *rushes* tanto con la imagen y el sonido, los cuales se encuentran en diferentes rollos. El sonido se transfiere a cinta magnética perforada y se sincroniza con las claquetas. A partir de aquí, se hacen los cambios y correcciones necesarios para una versión preliminar.

Durante la proyección, el director, el compositor y el editor de música, determinan los lugares en donde tendrá música de fondo la película. La película ha sido depurada de ruidos, por lo que es necesario contar con los efectos sonoros. Se elaboran o buscan materiales sonoros que servirán para ambientar la película, en donde es necesario. El uso del doblaje o *looping*, es donde se vuelven a grabar partes del diálogo original. La ventaja de hacer *looping*, consiste en que en muchas ocasiones se mejora la actuación y, a la vez, se corrigen problemas técnicos.

Enseguida se realiza la mezcla o *dub*, que consiste en incorporar los elementos sonoros, (diálogo, música y efectos de sonido) en una unidad cohesiva.²⁹

El corte de negativo, es cuando se procede a eliminar todo el material que ha sido desechado hasta que el negativo quede igual a la película aprobada. También, se hacen las disolencias, efectos de óptica, los títulos de la película.

Comenzará después el proceso de verificación y rectificación del color y que ésta sea igual a las imágenes deseadas por el director. Finalizado dicho trabajo, quedarán estandarizadas tanto las características de la imagen como las de sonido, lo que permitirá sacar tantas copias como sean necesarias y procurar obtener un nivel óptimo de calidad.

Las copias son destinadas al distribuidor, quien será el encargado de hacerlas llegar a los diferentes canales en los que puede ser explotada una cinta para su exhibición.

²⁹ N. LAZARUS, Paul, Citado por Andrea Pérez Gil del Valle, *El productor filmico*, p. 102.

2.2 Proceso de distribución de una película

El sector de la distribución es quien funge como intermediario entre la producción y la exhibición. Por lo tanto, de él depende que la producción cinematográfica de un país sea colocada en el mercado y, de esta forma, sea posible la existencia de la industria cinematográfica.

Los sectores de distribución y exhibición, pertenecientes a la industria de servicios, tienen como objetivo primordial: desplazar y ubicar toda clase de bienes muebles, a los lugares que los demanden con el fin de satisfacer una necesidad individual o colectiva.

Las actividades que desempeñan, principalmente, las distribuidoras son las siguientes:

- Adquirir los derechos de explotación de las películas que serán distribuidas o también pueden representar a las productoras de aquéllas para proporcionar y promover las copias de las películas para su comercialización a nivel nacional y/o internacional en los distintos canales o medios destinados para ello.
- Decidir los canales más eficientes en que se distribuirán las películas, según las características de la película, determinar la extensión y características del mercado real y potencial tanto en el ámbito nacional como internacional.
- Preparar la campaña de lanzamiento de la película, supervisar la creación y el desempeño de las estrategias de mercadotecnia, realizar un plan de medios y preparar el estreno.
- Además, es la responsable del doblaje y subtítulo de las películas cuando sea necesario.

Los derechos de explotación de una cinta se manejan por formatos y territorios.

Los derechos por formato son:

- a) Teatrical: exhibición en salas cinematográficas comerciales,
- b) Non-teatrical: exhibición en circuitos culturales y/o alternativos como cine clubes, rentas a instituciones culturales, universidades;
- c) Explotación en video y DVD,

- d) Explotación en pago por evento (televisión restringida o de paga) y
- e) Explotación en televisión abierta

Los derechos por territorio son cuando el distribuidor los adquiere para una zona geográfica.

Según Octavio Getino³⁰, existen cuatro tipos de empresas dedicadas a la distribución en México:

- Distribuidoras extranjeras: son las sucursales o filiales que representan a las grandes empresas distribuidoras transnacionales, mejor conocidas como *majors*, quienes dominan la distribución mundial. Estas compañías no suelen realizar inversiones de capital fijo: sólo disponen de recursos financieros para la compra de derechos de las producciones y, usualmente, rentan oficinas. Sus utilidades regresan al país de origen, sólo dejando cierto beneficio a los circuitos de exhibición y en menor medida al Estado. Cuentan con la capacidad de asociación, organización de estrategias y modos de operar, que les permite a estas compañías conservar la hegemonía sobre los mercados en los que operan. De esta forma, han marcado las pautas que las demás distribuidoras deben seguir; por ejemplo, han trasladado la costumbre de estrenar en viernes, cuando anteriormente se realizaba los lunes e impusieron la tradición de medir el éxito de una película por lo que ésta recaude en su primer fin de semana.
- Distribuidoras locales o independientes: están conformadas por capitales locales, representan o adquieren los derechos de películas extranjeras, y en menor grado, producciones nacionales para su posterior comercialización ante los exhibidores del país o subregión. Comúnmente, desarrollan gran parte de sus actividades en laboratorios y empresas publicitarias nacionales.
- Distribuidoras nacionales: están constituidas por capitales locales, dedican la mayor parte a la comercialización de películas producidas en el país. En México, el Instituto Mexicano de Cinematografía (IMCINE), es quien en materia de distribución se dedica a colocar las películas en diversas salas de cine y en circuitos no comerciales del país filmes nacionales como

³⁰ GETINO, *op. cit.*, p. 73-104.

internacionales, estudiando las características particulares de cada una y analizando las propuestas de los distribuidores y exhibidores con el fin de obtener los mayores beneficios al lanzar comercialmente una película. Promueven y llevan a cabo exhibiciones en circuitos culturales del país, mediante una estrecha vinculación con los gobiernos de los estados e instituciones educativas y culturales, interesadas en difundir el cine mexicano de calidad a través de la Red Nacional Cultural Cinematográfica. Sin embargo, cabe señalar que la distribución no forma parte de las actividades sustantivas del Instituto.

En la medida que las productoras nacionales no cuentan con suficiente volumen de películas que haga rentable el funcionamiento de estructuras propias de comercialización, la distribución verdaderamente nacional corre a cargo de las empresas que genera el Estado, allí donde él también asume la gestión productiva.³¹

- Distribución "especial" y alternativa: está constituido por cineclubes, asociaciones culturales, comunitarias, profesionales, sindicales y religiosas. La mayor parte de estas empresas sólo aceptan copias en consignación y cubren sus gastos básicos. Generalmente, estas asociaciones, sin fines de lucro, carecen de medios para la compra de derechos de distribución, e incluso para el pago de las copias. Son prácticamente desprotegidas por parte del gobierno y su única forma de sobrevivencia se debe, en gran parte, a las relaciones que tienen con organizaciones sociales y culturales, empresas productoras y cineastas que colaboran desinteresadamente con sus producciones. Sin olvidar, la participación de los organismos gubernamentales educativos que cuentan con filmotecas y actividades de difusión.

La carencia de una estructura industrial sólida impide que exista un sector de distribución apropiado a las necesidades de la producción nacional. Una de las desventajas en las que se encuentran las distribuidoras nacionales, independientes y alternativas, en relación a las *majors*, es que entre ellas no existe una integración o cooperación mutua; cada una está ocupada y preocupada en sus intereses y objetivos

³¹ GETINO, *op. cit.*, p. 100.

individuales y, por consiguiente, su capacidad de negociación es nula, prácticamente, frente a los exhibidores.

En la medida que no se cuente con una industria sólida y por lo tanto de posibilidades efectivas para disputar el espacio de la distribución, ésta asume un papel altamente condicional —y a veces determinante— sobre lo que el público estará de una u otra forma empujado a consumir.³²

Los contratos de las distribuidoras dependen de la situación económica de la empresa, del tipo de película de que se trate, de los derechos que se estén negociando y de las posibilidades de éxito que puede obtener dicha película en las salas de exhibición. Básicamente, primero se adquieren los derechos de distribución para los circuitos de exhibición comerciales, posteriormente para la explotación de video y/o DVD y televisión. No siempre se sigue este criterio, depende de los intereses del distribuidor y/o productor.

Las distribuidoras al adquirir los derechos de explotación de una película pueden hacerlo de distintas formas:

- La compra de películas y "paquetes"³³ de películas para un país, región o todo el mundo, y los anticipos a los productores a cuenta de los eventuales ingresos que una película obtiene a través de la recaudación en taquilla. Estos ingresos se calculan con base en porcentajes convenidos anteriormente entre productores y distribuidores.
- Los filmes son adquiridos directamente a las empresas productoras mediante pago al contado, pago en cuotas, adelanto a cuenta de derechos de compra u otras formas de arreglo.

Los costos en los que, generalmente, incurren las empresas distribuidoras son:

- a) Derechos
- b) Costo de las copias
- c) Publicidad
- d) Fotografía

³² GETINO, *op. cit.*, p. 74.

³³ Algunas distribuidoras para obtener la concesión de una o dos películas de probado éxito de ciertas empresas productoras se ven obligadas por éstas a adquirir paquetes de películas, en donde pocas son películas comerciales exitosas, mientras que una gran parte son de difícil salida y tienen que exhibirlas lo más rápido posible en salas. Para ampliar más en este tema, *Cfr.* GETINO, *op. cit.*, p. 88-89.

- e) Avances o *trailers*
- f) Fletes y embalaje
- g) Seguros
- h) Gastos de censura
- i) Costo de lanzamiento y anuncios
- j) Diapositivas a color
- k) Hoja publicitaria

Las empresas distribuidoras realizan estudios sobre las costumbres de los espectadores que asisten con mayor frecuencia a las salas, así como las épocas del año en las que aumentan los ingresos de taquilla con la finalidad de negociar espacios de exhibición para sus producciones. También se encargan de crear la imagen publicitaria de una película para que ésta sea de interés al exhibidor comercial. Gran parte del éxito que obtiene una película se debe a la promoción eficiente que realice la distribuidora.

Una vez que los distribuidores analizan el tipo de película a distribuir, así como, el presupuesto asignado para su difusión; decidirán los espacios publicitarios apropiados que beneficien a dicho filme y a sus intereses.

Entre los medios de comunicación de mayor uso están: la televisión, es el medio más caro pero más efectivo; la prensa, uno de los medios más socorridos por los espectadores a la hora de consultar la cartelera, y en menor medida, la radio, los medios impresos (carteles, volantes, mantas, espectaculares) y en espacios en exteriores (autobuses, metro, paradas de autobuses).

Actualmente, se hace uso del Internet. Los distribuidores colocan en la red los *trailers*³⁴ de sus próximos estrenos, información de las personas que participaron, imágenes y otros elementos que generan un gran interés entre los cinéfilos.

El cine cuenta con dos elementos claves a la hora de hacer una buena promoción: el *trailer* y el cartel. En el primero se busca que en un breve espacio de tiempo se capte el interés del espectador y quiera ir a ver la película. Debe reflejar a que tipo de espectadores va dirigida la película y establecer claramente los elementos

³⁴ El *trailer* es el avance de la película de dos o tres minutos de duración, tiene como finalidad promocionar una película. LAROUSSE, *El cine*, España, SPES, 2003, p. 162.

clave del producto: el género, la línea argumental, los protagonistas y el director. Este invento americano, fue creado por la compañía *National Screen Service* (NSS), que en los inicios de la era dorada de Hollywood se especializó en crear el material promocional de las películas. Al principio, el *trailer* no era más que la recopilación de una serie de imágenes de la película, que servían para dar una orientación sobre el argumento de la misma y sobre la identidad de los protagonistas. Sin embargo, ha evolucionado tanto hasta convertirse en lo que ahora conocemos. Pero, antes de que el *trailer* sea difundido en las salas comerciales, existe un elemento de promoción anterior a éste: el *teaser*, se trata de una pieza muy corta, aproximadamente de 90 segundos de duración, que se exhibe como si fuera un *trailer* cuando aún se está rodando la producción. No es más que un adelanto para ir llamando la atención del público. Uno y dos meses antes de la fecha del estreno entra en circulación el auténtico *trailer*.

El cartel es una pieza imprescindible en la promoción de una película. Todas las cintas, sin excepción, cuentan con su cartel de presentación. Y en muchos casos suele resultar tan atractivo que es motivo suficiente para llevar al público a sus salas. El cartel no fue un invento propio del cine. Nació en las últimas décadas del siglo XIX, cuando las prensas litográficas fueron capaces de reproducir grandes tirajes de láminas a todo color. Aunque el impresionismo y el modernismo quisieron explotar su lado más artístico, el cartel nació con una clara vocación publicitaria. El cine se alió con él desde su nacimiento. A veces, el cartel es lo mejor del filme o, por lo menos, lo más recordable. Porque la memoria selecciona, y con el tiempo lo que queda son imágenes sueltas.³⁵

El *press book* es una carpeta con información de la película. Debe de estar bien presentada e incluir la mayor parte de los siguientes elementos: sinopsis de la película, ficha técnica, perfiles biográficos de sus creadores, diapositivas en color y fotografías o *stills* de la producción de la película.

El *trailer*, el cartel y el *press book* son los elementos que exigen los exhibidores a los distribuidores para que éstos tomen la decisión de exhibir sus películas.

³⁵ BARTRA, Armando, "Un grito pegado en la pared" en Luna córnea, México: Centro de la imagen, CNCA, Número 24, julio-septiembre de 2002, p. 28.

Los *stills* y las diapositivas se utilizan para promover la película en prensa y, asimismo, para publicidad interna de la distribuidora.

El *still* es una fotografía de 8 por 10 pulgadas como lo es la pantalla cinematográfica para cubrir el campo visual del ojo humano. El *still* contiene algunas escenas de la película que fueron tomadas durante y/o posteriores al rodaje.

Cuando una película va a hacer explotada comercialmente fuera del país de origen lo más probable es que el distribuidor cambie el título. Además, debe de traducir y subtítular la cinta en el idioma que corresponda. La frase publicitaria que utilicen los distribuidores debe ejercer cierta influencia entre el público para que se sienta atraído a ver determinado tipo de película.

Todos los costos en los que incurra el distribuidor, habitualmente, son descontados al productor de los primeros ingresos obtenidos en taquilla una vez que la película se exhibe.

La demanda de películas en el exterior depende de múltiples factores entre los que destacan: la promoción que efectúan las distribuidoras, la calidad de las películas, el grado de aceptación por parte del público extranjero; también influye la habilidad de los distribuidores y de las autoridades para concertar convenios internacionales sobre el alquiler de películas y el número de salas disponibles para su exhibición.

2.3 Proceso de exhibición de una película

El sector de exhibición de la industria cinematográfica tiene como objetivo primordial: vender directamente al mayor número de personas las películas que negocia con las empresas distribuidoras. Es quien, junto con los distribuidores, decide qué es lo que se proyectará en cada una de las salas con las que se dispone para dicho fin. Asimismo, es donde culminan los esfuerzos de todas las personas que participaron a lo largo de todo el proceso cinematográfico.

La exhibición nace con el cine mismo en el momento en que el inventor reveló al espectador los experimentos de la incipiente cinematografía. "Con el paso del tiempo y al comercializarse el cine se establecen las salas cinematográficas, cuya función está

encaminada a brindar al espectador un lugar cómodo y al mismo tiempo adecuado para la proyección cinematográfica.³⁶

En la actualidad, las multisalas se han extendido por todo el mundo. Se trata de un tipo de exhibición muy cómoda para el espectador: ofrece numerosos títulos de estreno en un mismo establecimiento, está equipado con la última tecnología tanto en imagen como en sonido, cuenta con butacas amplias y confortables, horarios flexibles y estacionamientos. Como servicios adicionales, permite la compra de boletos por teléfono, Internet; lo que evita las terribles filas que antes se tenían que hacer para la adquisición de boletos. Con la finalidad de satisfacer las necesidades de su principal consumidor: el espectador.

Los cines, generalmente, están situados en centros comerciales, ya que la gente acostumbra ir al cine donde le quede cerca o por aquellos sitios que más frecuenta. Estratégicamente, su objetivo es provocar una sinergia entre los comerciantes establecidos y el exhibidor.

El cine depende de los espectadores no sólo porque éstos lo pagan, sino también porque las películas son para que el público las vea.³⁷

La exhibición tiene tres fuentes de financiamiento: los ingresos en taquilla, que es lo más importante, la publicidad que se exhibe en sala y la venta de bebidas y alimentos.

De acuerdo a un estudio realizado recientemente por Publicisa, agencia comercializadora de espacios cinematográficos en México, calcula que las 2,800 pantallas que existen en el país, sólo por publicidad reciben ingresos semanales por 100 millones de pesos.

Con respecto a los ingresos obtenidos por concepto de publicidad; el cine se perfila como uno de los espacios predilectos por el público. A pesar de que la televisión, posee 71% del mercado publicitario, mientras que el cine sólo 4 por ciento.

El cine, en comparación con la televisión, presenta una serie de ventajas tales como: el público no está saturado de ver anuncios y está predispuesto a fijarse en todo lo que aparece en la pantalla.

³⁶ DAGDUG Sol, Adelfo, *El cine mexicano: una problemática a resolver en el mercado interno*, Tesis de licenciatura en Economía, México, UNAM-Escuela Nacional de Economía, 1971, p. 44.

³⁷ ESCUDERO, *op. cit.*, p. 41.

Por último, la venta de dulces, palomitas y dulces supone, en promedio, alrededor de 30% de los ingresos totales de los exhibidores.

Dos o tres meses antes de que finalice el año, los exhibidores y los distribuidores deciden las películas que se exhibirán durante el año siguiente. Además, deciden las salas de lanzamiento, las fechas de estreno y la programación con la que se difundirán comercialmente las cintas de estreno.

La evolución de cine-sala ha seguido la pauta de lo que en mercadotecnia se conoce como ciclo de vida del producto, cuyas etapas son: introducción, crecimiento en las preferencias del consumidor, consolidación de los volúmenes de venta y finalmente reducción paulatina de su presencia en el mercado como consecuencia de la aparición de películas sustitutas.³⁸

La respuesta que genere la cinta en la pantalla grande es determinante para que continúe con los siguientes medios de comercialización: explotación en DVD y televisión. Desde el punto de vista económico, el éxito que pueda tener una película depende, en gran parte, de lo recaudado en taquilla.

El estreno forma parte de la promoción de la película. Se trata de la señal de salida en la carrera comercial de una película. Por lo general, los estrenos se celebran los miércoles o los jueves que es en su gran mayoría.

Por otra parte, los festivales son un paso esencial para el lanzamiento comercial de la película. Un festival es una excelente oportunidad para que el director de a conocer su trabajo. Además, la cinta adquiere prestigio y se revalora en los planos nacional e internacional.

Cuando una película se estrena, los productores y distribuidores tienen la esperanza de que sea un completo éxito y que se recaude todo lo invertido, pero sólo lo consigue una que otra película en el mejor de los casos. La gran mayoría pasa sin pena ni gloria y, por lo tanto, ni siquiera logran recuperar lo invertido. De esta forma las autoridades han intentado fijar normas proteccionistas como son las llamadas "cuotas de pantalla" que, en teoría, garantizan un nivel aceptable de comercialización de las

³⁸ Revista Pantalla, México, Dirección General de Actividades Cinematográficas, Coordinación de Difusión Cultural, Número 15, 1991, p. 3.

películas. Para la producción mexicana, la cuota en pantalla es de un 10%, pero ésta no se cumple por parte de los exhibidores.

Derivado de lo anterior, existen numerosas fricciones entre el sector de la producción y la exhibición, dado que éste se resiste al crecimiento de la producción nacional cuando ve afectada sus relaciones con las transnacionales del cine. De esta forma se convierte en el primer aliado de las *majors* para defender ambos intereses cuando éstos se ven amenazados por la ingerencia del Estado.

Como lo hemos mencionado anteriormente, las salas de exhibición no son la única opción que tienen los productores, directores, guionistas, para exhibir sus películas a un determinado público. Una vez que una película ha agotado su carrera comercial en los circuitos de exhibición, empieza su explotación en video y DVD, televisión restringida y abierta. A los seis meses de su estreno, normalmente, la película se pasa a video y DVD para exhibirse primero en el mercado de alquiler y poco después en venta directa.

Las películas que se rentan en los grandes videoclubes están clasificadas por género (drama, comedia, acción, suspenso), sin embargo, las películas mexicanas están aisladas en un pequeño estante y al no formar parte de los géneros clasificados se encuentran poco competitivas respecto las películas extranjeras.

Generalmente, a los 12 meses de exhibirse en salas de cine se puede transmitir en televisión abierta o restringida. Este medio es igual de importante que las salas de exhibición, aunque los ingresos son más tardíos, en el mejor de los casos; ya que en algunas ocasiones, las películas nunca llegan a exhibirse a través de estos medios.

De la programación que ofrece la televisión, las películas han ocupado un lugar importante desde el inicio de la televisión en México, y ha ido en aumento.

Otra alternativa es el *videohome*, película de 16mm, distribuida en formatos de DVD y VHS y dirigida principalmente al mercado hispano en Estados Unidos. Surgieron alrededor de 1982, por la necesidad de trabajar con menores costos y evitar la competencia desleal de las películas extranjeras, en su mayoría norteamericanas, en los circuitos de exhibición comercial.

Actualmente, el Internet es el único medio en boga que tiene la capacidad de distribuir una gran riqueza de contenidos de los diversos medios, entre ellos, el

cinematográfico, y está adquiriendo gran fuerza. Se prevé que la revolución que se está generando en la red, con el tiempo, reemplazará la televisión. De acuerdo con David Lynch, afamado director de cine: "... pronto se va a fusionar todo. Podrás transmitir una película en la red o en salas. Y el cine sufrirá grandes cambios. En este momento sigue constituyendo un exclusivo club por lo costoso que es hacer una película. Pero con la red, todo el mundo está filmando con cámaras de video digital, y mucha gente podrá filmar. Y si la historia es el elemento más importante, no importa que medio se utilice para contarla." ³⁹

2.3.1 Reparto de los ingresos en taquilla

Los ingresos en taquilla es el primer sustento del exhibidor, pero a su vez, tales ingresos tienen que ser distribuidos en los demás sectores: distribución y producción. De acuerdo a la investigación que realizó la revista *Expansión* para el reportaje *¿Todos a escena?*⁴⁰; la distribución de cada peso pagado por boleto se realiza de la siguiente forma:

A las compañías de exhibición les corresponde entre 45% y 60% de lo recaudado en taquilla.

Los principales impuestos a los que están obligados son: Impuesto al Valor Agregado (15%), Impuesto sobre la Renta, Impuesto sobre nómina (2%) e Impuesto a espectáculos públicos (2%) que se calcula sobre el total de la taquilla; además de los gastos de operación.

A las compañías distribuidoras les corresponde entre un 33% y 38% de lo recaudado en taquilla. Los principales impuestos en los que incurren son: Impuesto sobre la Renta, Impuesto al Valor Agregado (15%), Impuesto sobre nómina (2%). Además incurren en gastos por publicidad y copias de las películas. Este último rubro representa entre 23% y 24% de la taquilla, de modo que el ingreso neto de las distribuidoras es entre 10% y 14% de donde deben pagar el resto de los gastos.

³⁹ BLAIR, Iain, "Streaming media y entretenimiento" en Estudios Cinematográficos, México, Coordinación de Difusión Cultural-UNAM, febrero-julio de 2001, Año 7, No. 20, p. 80.

⁴⁰ *Expansión*, Reportaje *¿Todos a escena? Nuevas empresas y reformas legales ruedan el despegue del cine mexicano*, México, Edición 820, 2001.

A las empresas productoras les corresponde entre 7% y 17% de lo recaudado en taquilla. Los principales impuestos a los que están obligados son: Impuesto sobre la Renta, Impuesto al Valor Agregado (15%), Impuesto sobre nómina (2%). Además, los principales gastos en los que incurren son: mantenimiento de oficinas y personal, renta de equipo, salarios, locaciones, construcción y diseño de sets y vestuarios, compra de material, revelado y posproducción, alimentación y servicios, pago de derechos sobre las obras literarias y guiones (en su caso), seguros y fianzas.

Por la forma en que ha venido operando el sector cinematográfico, la riqueza que genera el cine mexicano se queda en las manos de otros; Ugalde⁴¹ nos da un ejemplo de como se recupera la inversión una película que fue apoyada por FIDECINE. Ver tabla 20.

Tabla 20. Recuperación de una película mexicana (mmp)

Venta de boletos en salas de cine	26.65
Menos pago de IVA (15%)	-3.99
Subtotal	22.66
Menos derechos de autor (1.65%)	-0.37
Subtotal	22.29
Menos el porcentaje del exhibidor (63%)	-14.04
Subtotal	8.25
Menos comisión distribuidora (25%)	-2.06
Subtotal	6.19
Menos la inversión de publicidad y propaganda	-7.5
Subtotal por exhibición	-1.31
Renta o venta de DVD o video	
Ventas por video	12.50
Menos comisión comercializador (70%)	8.75
Subtotal	3.75
Derechos de la transmisión televisiva	
Por siete años	.5
Comisión al distribuidor	-.15
Subtotal	.35
Liquidación al productor	2.75
El productor tiene que repartir a FIDECINE su parte proporcional (33.5%). FIDECINE recupera \$0.93 millones de su aportación inicial.	

⁴¹ UGALDE, "Panorama de la producción cinematográfica nacional" en Estudios Cinematográficos, México, Año 10, Número 26, enero-marzo de 2005, p. 58.

De la tabla anterior se desprende que la Secretaría de Hacienda y Crédito Público es quien recupera en dos años un ciento por ciento adicional a la aportación gubernamental, sin tomar en cuenta los impuestos como el ISR, ISN, etcétera⁴². Ganan también los exhibidores y distribuidores al ser los primeros en recuperar su inversión. Es decir, las compañías exhibidoras recuperan su inversión de forma inmediata al recibir en taquilla el dinero directo del espectador y posteriormente, entre 15 a 30 días, entregan el remanente al distribuidor, quien cobrará su respectiva comisión y el resto se lo dará al productor después de 15 a 30 meses de haber exhibido la película en salas por lo que el productor tardará en volver a invertir en una nueva película.

⁴² UGALDE, *op. cit.*, p. 58.

CAPÍTULO III PANORAMA DEL CINE MEXICANO DURANTE 1995 - 2004

3.1 La eterna crisis del cine mexicano: 1995 - 2000

Al inicio del sexenio de Ernesto Zedillo, particularmente lo que se dio en llamar "el error de diciembre de 1995" y el alza del dólar contribuyeron a la descapitalización del cine, el cual se caracterizó por buscar, en la mayor parte de la producción filmica, rentabilidad y no, precisamente, calidad.

En 1995 se produjeron sólo 17 películas mexicanas, disminuyendo drásticamente en un 40% respecto las películas producidas en 1994. De estas películas, 41% recibieron apoyo estatal, mientras que 59% fueron producidas de forma independiente. El costo promedio de la producción de películas mexicanas fue de 3.3 millones de pesos, lo que representó un aumento del 50%, respecto al costo promedio de 1994 (2.2 millones de pesos). Ver tabla 21.

Televisine, bajo la dirección de Jean Pierre Leleu, produjo y coprodujo 7 películas y gran parte de éstas fueron protagonizadas por artistas de televisión como Gloria Trevi, José José y Gaby Ruffo. Cabe señalar que realizó una coproducción, primera y última, con Imcine, la cual benefició a ambas partes.⁴³

Televisine e Imcine son prácticamente las únicas compañías que producen de forma regular, no obstante, según datos de Víctor Ugalde "90% de su producción no alcanza a recuperar sus costos en la explotación de salas cinematográficas y video."⁴⁴

Por otra parte, la distribución nacional desapareció en su gran totalidad, ya que las pequeñas empresas distribuidoras dejaron de operar, dejando libre el mercado a las empresas distribuidoras más grandes, en su mayoría extranjeras, para que éstas distribuyeran sus películas. Por lo tanto, era un negocio redondo para las distribuidoras existentes, por ejemplo, un cine pequeño pagaba a una distribuidora, por lo menos 1,120 pesos a la semana, mientras que las grandes cadenas de exhibición pagaban hasta 25 mil pesos.

⁴³ Se trata de la película *Cilantro y perejil*, de Rafael Montero, que ganó nueve Arieles y recaudó cerca de 7 millones de pesos en taquilla en la Ciudad de México en 1997.

⁴⁴ UGALDE, Víctor, "Panorama del cine en México: cifras y propuestas" en Estudios cinematográficos, México, UNAM-CUEC, Año 4, Número 14, octubre-diciembre de 1998, p. 54.

Tabla 21. Películas mexicanas que se produjeron en 1995

Película	Productores	Costo (mills. pesos)	País	Director
Salón México *	Televisine	9.9	Nacional	José Luis García Agraz
Entre Villa y una mujer desnuda *	Televisine	6.6	Nacional	Sabina Berman e Isabelle Tardan
Cilantro y perejil	Imcine / Televisine / Constelación Films	4.0	Nacional	Rafael Montero
Bajo California	Imcine / C Producciones / INAH	3.3	Nacional	Carlos Bolado
Libre de culpas	Producciones México / Instituto Cultural del Estado de Morelos / Ayuntamiento de Cuernavaca / Cooperativa Conexión / FONCA / Servicios Filmicos / Arturo Hernández / Universidad Autónoma del Estado Morelos / ECHASA / Imcine	3.3	Nacional	Marcel Sisniega
Los vuelcos del corazón	Imcine - FFCC / Producciones Carlos Salgado / Gecisa Internacional / Otras	2.7	Nacional	Mitl Valdez
Sobrenatural *	Televisine	2.6	Nacional	Daniel Gruener
La nave de los sueños	Cooperativa Río Mixcoac / Aries Films / Tango Bravo / Producciones Uno	2.3	Coproducción (MEX/COL/VEN)	Ciro Duran
Perdóname todo *	Televisine	2.0	Nacional	Raúl Araiza
Una papa sin catsup *	Televisine	2.0	Nacional	Sergio Andrade
Reclusorio *	Películas Rodríguez / Televisa Séptimo Arte SCL / Jr Cine Video	0.8	Nacional	Ismael Rodríguez
Dulces compañías	/ Cooperativa Conexión / FFCC / FONCA / Universidad Autónoma de Sinaloa	0.7	Nacional	Oscar Blancarte
La línea paterna	Producciones Tragaluz / Cineteca Nacional / FONCA / Imcine	ND	Nacional	José Buil Y Maryso Sistach
Reencuentros *	Cinematográfica Roca SA	ND	Nacional	Reyes Bercini
El anzuelo	Artifice Producciones / Imcine	ND	Nacional	Ernesto Rimoch
El despertar del sexo *	Producciones Filmicas Maynat	ND	Nacional	Ángel Rodríguez Vázquez
Juego limpio *	Producciones Dinamo / Producciones Unic	ND	Nacional	Marco Julio Linares
	Costo promedio	3.3		

* Películas producidas con capital independiente

ND Dato no disponible

Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de diversas fuentes hemerográficas y páginas de Internet.

En México, los distribuidores son quienes imponen a los exhibidores cómo, cuándo y dónde programar sus películas, si bien estos acuerdos no están por escrito, prevalece su observancia y se respetan.⁴⁵

Ante la desaparición de Películas Nacionales surgieron varias empresas que se disputaron el mercado de las películas mexicanas: Videocine, Mercury Films y Corporación Mexicana de Cine (CMC).

Sin embargo, ante las nuevas condiciones de mercado comenzaron a descapitalizarse y se vieron obligadas a cerrar, como fue el caso de Mercury y CMC en 1996. La United International Pictures (U.I.P.) ha sido una de las distribuidoras que ha distribuido algunos títulos mexicanos, aunque le reserva a su material las mejores fechas y salas, mientras que a las mexicanas las programa para las peores épocas.

Tabla 22. Películas que se estrenaron en 1995

Pais	No. películas	%
Estados Unidos	167	57.6
México	39	13.4
Italia	34	11.7
Francia	12	4.1
España	5	1.7
Inglaterra	4	1.4
Alemania	2	0.7
Hong Kong	2	0.7
Canadá	1	0.3
India	1	0.3
U.R.S.S	1	0.3
Australia	1	0.3
Brasil	1	0.3
Suecia	1	0.3
Argentina	1	0.3
Otras	1	0.3
Coproducciones	17	5.9
Total	290	100

Fuente: CANACINE

que las megaproducciones.

Durante 1995, se estrenaron comercialmente 290 películas en la Ciudad de México, de las cuales 167 fueron estadounidenses, es decir, 58% del total; y 39

De esta forma se dio origen a una fuerte concentración económica en muy pocas empresas distribuidoras, situación que continúa perneando en el sector cinematográfico hasta nuestros días.

Mientras que Imcine sólo distribuye aquellas películas mexicanas que han sido rechazadas por las otras empresas distribuidoras, pero la recuperación es mínima.

Es necesario hacer hincapié que con la desaparición de las pequeñas empresas distribuidoras, la oferta cinematográfica se vio mucho más limitada, ya que ellas eran quienes se encargaban de la distribución de películas de mucho mayor interés y calidad menos comercial

⁴⁵ BARCENAS Curtis, Cesar, *La muerte de la industria cinematográfica mexicana (1992-2000)*, Tesis en licenciatura en Ciencias de la Comunicación, México, UNAM-FCPyS, 2003, p. 109.

mexicanas, o sea 13%. Las cinematografías extranjeras más vistas fueron la italiana con 34 películas, 12%, y la francesa, 4 por ciento. Ver tabla 22.

Las compañías distribuidoras que estrenaron poco más de 50% de las películas exhibidas en la Ciudad de México fueron la U.I.P., Columbia Pictures y Videocine.

Videocine se ha consolidado como una de las empresas que ha distribuido gran parte de material mexicano (59%), además de que distribuye el material de la Warner. Ver tabla 23.

De las 39 películas mexicanas que se estrenaron, la mayor parte estuvo en cartelera la semana de rigor. Sin embargo, algunas producciones mexicanas de mayor ambición tuvieron buena aceptación en taquilla y, además, cierto reconocimiento crítico: *El callejón de los milagros*, *Sin remitente* o *Dos crímenes*.

Tabla 23. Películas que se estrenaron por distribuidora en 1995

Distribuidora	Total estrenos	%	Películas mexicanas	%
U.I.P.	61	21.0	7	17.9
Columbia	42	14.5		
Videocine	48	18.5	23	59
Fox	16	5.5		
P.C.A.	9	3.1		
C.M.C.	6	2.1	7	17.9
Hits Movie Video	6	2.1		
Incine	5	1.7	1	2.6
Del Mundo	4	1.4		
Vicarsa	4	1.4	1	2.6
Pozas	3	1.0		
Mercury Films	2	0.7		
Arte Cinema / Gussi	2	0.7		
Otras	82	28.3		
Total	290	100	39	100

Fuente: CANACINE

Paradójicamente, México adquirió películas estadounidenses por un total de 125 millones de dólares, lo que situó a nuestro país como el onceavo consumidor mundial de este tipo de cine.⁴⁶ Las películas extranjeras más taquilleras del año, en la Ciudad de México, fueron: *Casper* que recaudó más de 13.2 millones de pesos y *Batman eternamente* 12.7 millones de pesos, ambas de origen estadounidense.

Por parte de la iniciativa privada, Televisión enfrentó sucesivos fracasos de filmes que supuestamente garantizarían ganancias seguras, tal es el caso de *La risa en*

⁴⁶ ESTRADA, Marién, "Historia de película" en Revista Mexicana de Comunicación, México, <http://www.mexicanadecomunicación.com.mx/tables/fmb/foromex/pelicula.html>, 02/09/04.

vacaciones y *La papa sin catsup*, las cuales tuvieron una discreta aceptación en las salas comerciales. Telecine venía siendo, desde hace algunos años atrás, una de las empresas productoras y distribuidoras con mayor crecimiento. Ver tabla 24.

Tabla 24. Películas mexicanas que se estrenaron en 1995

Película	Distribuidor	Fecha estreno	Asistentes (miles)	Ingresos (mills. pesos)	Director
El callejón de los milagros	U.I.P.	05/05/95	272.4	3.4	Jorge Fons
Una papa sin catsup	Videocine	06/07/95	202.9	2.01	Sergio Andrade
La risa en vacaciones 5	Videocine	13/01/95	229.9	1.84	René Cardona Jr.
Perdóname todo	Videocine	26/05/95	176.2	1.72	Raúl Araiza
La nueva risa en vacaciones	Videocine	04/08/95	156.4	1.67	René Cardona Jr.
Dos crímenes	Videocine	30/06/95	112.5	1.53	Roberto Sneider
Bienvenido – Welcome	U.I.P.	18/08/95	93.3	1.33	Gabriel Retes
Sin remitente	Videocine	06/10/95	81.9	1.13	Carlos Carrera
Mujeres infieles	Videocine	17/02/95	125.8	0.94	Gilberto y Alberto Martínez Solares
		Total	1,451.3	15.57	

ND Dato no disponible

Fuente: El número de asistentes e ingresos se obtuvieron de acuerdo al *Taquillómetro de 1995 de la Ciudad de México y Área Metropolitana*, que representa el 40 por ciento del total de la República, publicado por CANACINE.

Nota: Es preciso señalar que las películas *Una papa sin catsup* y *Perdóname todo* se estrenaron con 9 y 6 copias respectivamente. Además, de las 30 películas restantes que se estrenaron en 1995 no se obtuvieron datos del número de espectadores e ingresos, por lo que parte de la información de éstas se encuentra en el anexo 1, cuadro 4.

A pesar de la expansión de las cadenas de exhibición con capital extranjero y tecnología de punta —como Cinemark y Cinemex— en todo el país, las carencias de los productores mexicanos eran evidentes. Sin embargo, Organización Ramírez —empresa exhibidora totalmente mexicana— estableció su primer complejo cinematográfico multiplex, llamado Cinépolis, con el que competiría con las recientes empresas establecidas en el país: Cinemex y Cinemark. El establecimiento de las salas multiplex, en la mayor parte de la República, origina que la clase media regrese a las salas cinematográficas.

A la par de que esto sucedía, en el Imcine, Jorge Alberto Lozoya, personaje ajeno a los intereses de la industria cinematográfica, sustituyó a Ignacio Durán Loera; a

pesar de que éste había administrado los recursos financieros y humanos de Imcine en forma óptima.

En 1996 se conmemoraron los 100 años de la llegada del cine a México. Dadas las condiciones económicas a las que se enfrentaba el cine mexicano, en ese momento, éste tendió a coproducir con otros países, alternativa que se esperaba beneficiara a la industria. Tanto el Estado como la iniciativa privada, coprodujeron 5 películas en total (número que se ha mantenido con el transcurso de los años).

Se produjeron sólo 16 películas mexicanas, una menos que las producidas en 1994. De estas películas, 31% recibieron apoyo estatal, mientras que 69% fueron producidas de forma independiente. El costo promedio de la producción de películas mexicanas fue de 6.2 millones de pesos, lo que representó un aumento de 88% con respecto al costo promedio de 1995. Este aumento se debió a que dos coproducciones tuvieron un alto costo de producción, suceso extraño dadas las circunstancias por las que atravesaba la industria cinematográfica. Ver tabla 25.

Telecine, bajo el mando de Roberto Gómez Bolaños, incursiona en la producción de películas de "mayor calidad": *Última llamada*, *Elisa antes del fin del mundo* y *Un baúl lleno de miedo* fueron las cintas producidas bajo el auspicio de esta firma.

En el sector de la distribución, la filмотeca de la UNAM inicia operaciones incursionando como distribuidor de cine de arte en video, actividad que continúa realizando hasta la fecha (2005) a través de ciclos, muestras, exposiciones, etcétera.

Se estrenaron 290 películas en la Ciudad de México, de las cuales 194 eran estadounidenses y 20 mexicanas. Respecto de 1995, el número de películas estadounidenses que se estrenaron aumentaron en 27, mientras que las mexicanas descendieron aproximadamente en 50%, al pasar de 39 a 20. Ver tabla 26.

Por país de origen, las cinematografías extranjeras más vistas fueron, nuevamente, la italiana con 28 y la francesa con 11 películas. Ver tabla 26.

Las compañías distribuidoras que estrenaron poco más del 50% de las películas exhibidas en la Ciudad de México fueron la UIP, Columbia Pictures y Ecocinemas. Entre las distribuidoras que se encargaron de difundir los escasos títulos mexicanos de

estreno en ese año, fueron Videocine con 65% del total, U.I.P. e Imcine cada uno, con 10 por ciento. Ver tabla 26.

Tabla 25. Películas mexicanas que se produjeron en 1996

Película	Productores	Costo (mils. pesos)	País	Director
Alta tensión *	Comisión Federal Electricidad / Producciones Rodas	15.3	Nacional	Rodolfo de Anda
Edipo alcalde	Imcine / Producciones Amaranta / Tabasco Films / Sojetel / Canal + / Caracol TV / Grupo Colombia	15.3	Coproducción (MEX/COL/ESP)	Jorge Ali Triana
Profundo carmesi	Mkz / Ivania Films / Imcine	15.3	Coproducción (MEX/FR/ESP)	Arturo Ripstein
Las delicias del poder *	María Elena Velasco / Producciones Vlady	8.0	Nacional	Ivan Lipkies
Heads (Traficantes de cabezas) *	Raúl Fernández/Horst Blanke / Raffer International Film	5.7	Coproducción (MEX/ALE)	Raúl Fernández
Por si no te vuelvo a ver	Imcine / CCC / ECHASA	3.8	Nacional	Juan Pablo Villaseñor
Última llamada *	Televisine	3.8	Nacional	Carlos García Agraz
Un baúl lleno de miedo*	Televisine	3.8	Nacional	Joaquín Bissner
Santo luzbel	Imcine-FFCC/ Alemania / España / Producciones Nuevo Sol	3.4	Nacional	Miguel Sabido
Elisa antes del fin del mundo *	Televisine	2.9	Nacional	Juan Antonio de la Riva
La mujer de los dos *	Frontera Films	1.5	Nacional	Gilberto Martínez Solares
Sálvame *	Frontera Films / Palazuelos Films	1.2	Nacional	Roberto Palazuelos
El agujero *	Déjame Disfrutar Films / Esicma	0.4	Coproducción (MEX/ESP)	Beto Gómez
La loca risa en vacaciones 7 *	Televisine	ND	Nacional	René Cardona Jr
La super risa en vacaciones 8 *	Televisine	ND	Nacional	René Cardona Jr
El día y la noche	Imcine / Les Films Du Lendemain-Ultra Films	ND	Coproducción (MEX/ESP/CAN/FR)	Bernard Henri Ledy
Costo promedio		6.2		

* Películas producidas con capital independiente

ND – Dato no disponible

Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de diversas fuentes hemerográficas y páginas de Internet

Las películas extranjeras más taquilleras del año en la Ciudad de México fueron: *El día de la Independencia* que recaudó casi 31 millones de pesos y *Tomado* con casi 19 millones de pesos, ambas estadounidenses.

Tabla 26. Películas que se estrenaron en 1996

Pais	1996	%
Estados Unidos	194	66.9
México	20	6.9
Italia	28	9.7
Francia	11	3.8
Inglaterra	7	2.4
España	6	2.1
Hong Kong	2	0.7
Australia	2	0.7
Alemania	1	0.3
Canadá	1	0.3
Otras	4	1.4
Coproducciones	14	4.8
Total	290	100

Fuente: CANACINE

La Cineteca Nacional deja de pertenecer a la Secretaría de Gobernación y pasa a formar parte de la Secretaría de Educación Pública, de quien debió depender desde su creación.

Mientras tanto en el Imcine, Lozoya lo sustituye el cineasta

Diego López, quien tuvo como objetivo principal construir una nueva industria cinematográfica nacional a partir de dejar que Telecine distribuyera el material mexicano, tarea que venía realizando en los últimos años, ante los precarios recursos con los que contaba el Imcine.

El cine mexicano recibió 31 premios internacionales, 17 para largometrajes y 14 para cortometrajes.

Tabla 27. Películas que se estrenaron por distribuidora en 1996

Distribuidora	Total estrenos	%	Total mexicanas	%
U.I.P.	68	23.4	2	10.0
Columbia	50	17.2		
COTSA / Ecocinemas	45	15.5		
Videocine	39	13.4	13	65.0
Películas Roma	13	4.5		
Fox	11	3.8		
Del Mundo	10	3.4		
U.N.A.M.	8	2.8		
Cine Alternativo	7	2.4		
Europa Films	5	1.7		
Hits Movie Video	3	1.0		
Piscis	3	1.0		
Latina	3	1.0		
Veracruz	3	1.0		
Películas Scorpio	3	1.0		
C.M.C.	2	0.7	1	5.0
Imcine	2	0.7	2	10.0
Pozas	2	0.7		
Películas Oropeza	2	0.7		
M.D.C. Films	2	0.7		
P.C.A.	1	0.3		
Irvsa	1	0.3	1	5.0
Cinemex	1	0.3		
Goukine	1	0.3		
Celluloid Larvae	1	0.3		
Tercer Milenio	1	0.3	1	5.0
Otras	3	0.9		
Total	290	100	20	100

Fuente: CANACINE

Tabla 28. Películas mexicanas que se estrenaron en 1996

Película	Distribuidor	Estreno	Semanas	Asistentes (miles)	Ingresos (mills. pesos)	Director
Salón México	Videocine	02-02-96	13	299.3	3.5	José Luis García Agraz
Entre Villa y una mujer desnuda	Videocine	11-04-96	12	170.4	2.1	Sabina Berman e Isabelle Tardan
Sobrenatural	Videocine	01-09-96	7	169.8	2	Daniel Gruener
El anzuelo	Videocine	01-06-96	19	84.9	1	Ernesto Rimocho
La orilla de la tierra	Imcine	18-08-96		2.5	0.03	Ignacio Ortiz
Los vuelcos del corazón	Imcine	18-10-96		2.6	0.03	Mitl Valdez
			Total	729.5	8.66	

Fuente: El número de asistentes e ingresos se obtuvieron de acuerdo al *Taquillómetro de 1996* de la Ciudad de México y Área Metropolitana, que representa 40 por ciento del total de la República, publicado por CANACINE.

Nota: De las 14 películas restantes que se estrenaron en 1996 no se obtuvieron datos del número de espectadores e ingresos, por lo que parte de la información de éstas se encuentra en el anexo 1 cuadro 4.

En 1997 se intentó "resucitar" una industria que estaba prácticamente muerta, el medio fue una marcha que se denominó: "Mátenme porque me muero" o "Quién asesinó al cine mexicano". Sin embargo, no hubo grandes cambios, respecto de 1996 a los problemas que aquejaban al sector cinematográfico seguían siendo los mismos, desde hace tiempo.

Se produjeron sólo 13 películas mexicanas, muy lejos, incluso de los que se produjeron al final del sexenio anterior (28); 62% de estas películas fueron apoyadas por el Estado, mientras que las productoras independientes disminuyeron sus producciones.

El costo promedio de la producción de películas mexicanas fue de 7.1 millones de pesos, lo que representó un aumento de 13% respecto al costo promedio de 1996 (6.2 millones de pesos).

Se realizaron cuatro coproducciones con diversos países, destacando entre ellas *El evangelio de la maravillas*, de Arturo Ripstein, la cual tuvo el costo más alto, de todas las cintas producidas durante el período. Ver tabla 29.

Mientras tanto, Telecine sólo produjo dos películas, tres menos que el año anterior.

Tabla 29. Películas mexicanas que se produjeron en 1997

Película	Productores	Costo (mills. pesos)	País	Director
El evangelio de las maravillas	Producciones Amaranta / Wanda Films / Casa de Filme Y Videsindicato	16	Coproducción (MEX/ESP/BRAS/ ARG)	Arturo Ripstein
El cometa	Imcine-FFCC / Producciones Tragaluz / Multivideo / Alhena Films	12	Coproducción (FR/ESP/MEX)	Maryse Sistach
¿Quién diablos es Juliette?	El Error de diciembre / Imcine / Genesis / ECHASA / Betaimagen Digital	5.6	Nacional	Carlos Marcovich
Ángelus *	Filmoimagen / Hugo Stiglitz / Videovisa	5.0	Nacional	Leopoldo Laborde
Que vivan los muertos *	Televisine	4.0	Nacional	Joaquin Bissner
Fibra óptica	Imcine / Hubert Blas Fund.	4.0	Nacional	Francisco Athié
Del olvido al no me acuerdo	Imcine / Fonca / Maria Fdez Suarez	4.0	Nacional	Juan Carlos Rulfo
Violeta	Tabasco Films / Imcine / ICAIC	4.0	Coproducción (MEX/CUBA)	Alberto Cortés
De noche vienes esmeralda	Imcine / Resonancia Productora / Esmeralda Producciones	ND	Coproducción (ESP/FR/CAN/MEX)	Jaime Humberto Hermosillo
La primera noche *	Televisine	ND	Nacional	Alejandro Gamboa
Los jóvenes amantes *	Fernando Pérez Gavilán (Filmex)	ND	Nacional	Fernando Pérez Gavilán
Crisis *	Filmoimagen SA de CV	ND	Nacional	Adolfo Martínez Solares
Contra reloj	Imcine / CCC	ND	Nacional	Hernández Sola
	Costo promedio	7.1		

* Películas producidas con capital independiente

ND – Dato no encontrado

Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de diversas fuentes hemerográficas y páginas de Internet

En 1997 se estrenaron 320 películas en la Ciudad de México, de las cuales 219 fueron estadounidenses y 16 mexicanas. Aumentó ligeramente el número de películas estadounidenses que se estrenaron en comparación con 1996, mientras que las mexicanas continuaron descendiendo, ahora cerca de 30 por ciento.

Las cinematografías extranjeras más vistas fueron, nuevamente, la italiana con 14 películas, 4.4%, y la francesa con 10 películas, 3.1%. Ver tabla 30. Al igual que las películas mexicanas, éstas disminuyeron su presencia en las salas de cine de la Ciudad

de México y, por ende, en toda la República, dada la competencia desleal y hegemónica que ha desarrollado Estados Unidos en, prácticamente, todo el mundo.

Las compañías distribuidoras que estrenaron más de 50% de las películas exhibidas en la Ciudad de México fueron Ecocinemas, Columbia Pictures, Videocine y U.I.P.

Entre las distribuidoras que se encargaron de distribuir los títulos mexicanos que se estrenaron en el año fueron Videocine, 50% del total e Imcine el 25%, repunte considerable, respecto el año anterior, 15 puntos porcentuales más. Ver tabla 31.

La cinta mexicana más taquillera, de las 16 películas mexicanas que se estrenaron, fue *Cilantró y perejil* que ocupó el lugar número 30 de la lista general de las películas más vistas. Sin embargo, *Elisa antes del fin del mundo*, *Reclusorio* y *Ámbar* tuvieron una buena aceptación en taquilla, a pesar de que las dos últimas se produjeron algunos años atrás.

Las películas extranjeras más taquilleras del año en la Ciudad de México fueron: *Mundo perdido* que recaudó poco más de 32 millones de pesos, *Hombres de negro* con 26 millones de pesos y *Hércules*, de Walt Disney, con 21 millones de pesos, todas estadounidenses.

A finales de diciembre, se crea el Fondo de Producción Cinematográfica (FOPROCINE), su principal objetivo será apoyar aquel cine de búsqueda y experimentación, con ese propósito le otorgaron, primero, 35 millones de pesos y posteriormente el Presidente Zedillo le entregaría 100 millones de pesos más.⁴⁷ Sin embargo, la Cámara de Diputados aplazó la aprobación de las reformas a la ley de Cinematografía y su respectivo reglamento. Y sólo se avanzó en la integración de la Comisión de Redacción del Anteproyecto de la Ley Federal de Cinematográfica, cuyas propuestas principales se centraron en impulsar estímulos fiscales para los productores filmicos.

El director de Imcine, Diego López fue miembro activo del FOPROCINE, sin embargo, fue sustituido por Eduardo Amerena al mostrar su desacuerdo respecto al

⁴⁷ Cabe señalar que el FOPROCINE está organizado por un comité que se integra de acuerdo a las convocatorias correspondientes y las personas que lo presidirán se dan a conocer cuando sus nombres son publicados.

Tabla 30. Películas que se estrenaron en 1997

Pais	1997	%
Estados Unidos	219	68.4
México	16	5.0
Italia	14	4.4
Francia	10	3.1
Inglaterra	6	1.9
España	4	1.3
Argentina	2	0.6
Alemania	1	0.3
U.R.S.S.	1	0.3
Australia	1	0.3
Otras	6	1.9
Coproducciones	40	12.5
Total	320	100

Fuente: CANACINE

triunfo inapelable de *Cilantro y perejil* sobre la cinta de Arturo Ripstein, *Profundo Carmesi*, en la entrega de los premios Ariel.

El cine mexicano obtuvo 22 premios internacionales: 9 para largometrajes y 13 para cortometrajes.

La Ley Federal de Cinematografía fue aprobada en 1998, en donde se estableció la aportación anual de 135 millones de pesos para alimentar el Fideicomiso de apoyo a la producción (FIDECINE). Dicha aportación, por parte del Estado, se hizo con la finalidad de desechar la propuesta de establecer un impuesto de 5% sobre el precio del boleto en taquilla y 3% por derechos de transmisión de películas en televisión. Por lo tanto, el FOPROCINE y el FIDECINE quedaron como dos bolsas de un mismo fideicomiso.

Con respecto al doblaje, éste se mantenía igual de acuerdo a la Ley de 1992, en donde se establecía que sólo las películas con clasificación "AA" —en su mayoría dibujos animados y documentales— podrán ser dobladas al español.

Tabla 31. Películas que se estrenaron por distribuidora en 1997

Distribuidora	Total estrenos	%	Total mexicanas	%
C.O.T.S.A./Eccinemas	56	17.5		
Columbia	51	15.9		
Videocine	46	14.4	8	50.0
U.I.P.	41	12.8	1	6.3
Fox	24	7.5		
Quimera Films	20	6.3		
Otras	15	4.7		
M.D.C. Films	13	4.1	2	12.5
Películas Roma	11	3.4		
U.N.A.M.	9	2.8		
Películas Scorpio	7	2.2		
Incine	6	1.9	4	25.0
Del Mundo	5	1.6		
Películas Oropeza	3	0.9		
Arte Cinema / Gussi	3	0.9		
Cine Alternativo	2	0.6		
Europa Films	2	0.6		
Celluloid Larvae	2	0.6		
C.M.C.	1	0.3	1	6.3
Leaders Films	1	0.3		
Pozas	1	0.3		
Latina	1	0.3		
Total	320	100	16	100

Fuente: CANACINE

Tabla 32. Películas mexicanas que se estrenaron en 1997

Película	Distribuidor	Estreno	Asistentes (miles)	Ingresos (mills. pesos)	Director
Cilantro y perejil	Videocine		364.5	6.7	Rafael Montero
Elisa antes del fin del mundo	Videocine		274	5.8	Juan de la Riva
Reclusorio	Videocine	07/06/97	60	1.2	Ismael Rodríguez
Por si no te vuelvo a ver	Imcine	05/12/97	32	0.7	Juan Villaseñor
Un baúl lleno de miedo	Videocine		28	0.6	Joaquín Bissner
Atentados del poder			8.6	0.18	
		Total	767.1	15.18	

Fuente: El número de asistentes e ingresos se obtuvieron de acuerdo al *Taquillómetro de 1997* de la Ciudad de México y Área Metropolitana, que representa el 40 por ciento del total de la República, publicado por CANACINE.

Nota: De las 10 películas restantes que se estrenaron en 1997 no se obtuvieron datos del número de espectadores e ingresos, por lo que parte de la información de éstas se encuentra en el anexo 1 cuadro 4.

Asimismo, 1998 pasará a la historia del cine mexicano como el año en el que se produjo el menor número de largometrajes: 11, dos menos que en 1997, la gran mayoría no recuperaron su inversión. De los cuales, 8 fueron apoyados por el Estado, mientras que las productoras independientes disminuyeron sus producciones a sólo tres.

El costo promedio de la producción de películas mexicanas fue de 12.7 millones de pesos, lo que representó un aumento de 79% con respecto al costo promedio de 1997 (7.1 millones de pesos).

Se realizaron cuatro coproducciones con diversos países, destacando entre ellas *El coronel no tiene quien le escriba*, *En un claroscuro de la luna* y *Ave María*, las cuales tuvieron el costo más alto durante el período. Ver tabla 33.

Se estrenaron 296 películas en la Ciudad de México, de las cuales 183 fueron estadounidenses y 8 mexicanas. Disminuyó ligeramente el número de películas estadounidenses que se estrenaron respecto a 1997, mientras que las mexicanas disminuyeron cerca de la mitad.

En conjunto, se estrenaron más películas italianas, inglesas y francesas que mexicanas, las que representaron 16% del material exhibido total. Ver tabla 34.

Tabla 33. Películas mexicanas que se produjeron en 1998

Película	Productores	Costo (mills. pesos)	País	Director
El coronel no tiene quien le escriba	Imcine-Foprocine / Producciones Amaranta / Producciones Gardenia / Tornasol Films	20.1	Coproducción (MEX/FR/ESP)	Arturo Ripstein
En un claroscuro de la luna	Televisine / Center TV/ FFCC/Cooperación de comunicación y media	18.4	Coproducción (MEX/RUS)	Sergio Olhovich
Ave María *	Imcine-Foprocine / Lester Films / Manfa Films	15.7	Coproducción (MEX/ESP)	Eduardo Rossoff
La ley de Herodes	Bandidos Films	15.0	Nacional	Luis Estrada
Sexo, pudor y lágrimas	Argos Films / Imcine	13.7	Nacional	Antonio Serrano
Un embrujo	Imcine / Salamandra Producciones / Tabasco Films	12.0	Nacional	Carlos Carrera
El ultimo profeta *	Televisine	10.0	Nacional	Juan de la Riva
Santitos	Springall Pictures / FFCC / John Sayles	8.0	Coproducción (MEX/EU/FR/CAN/ESP)	Alejandro Springall
Un dulce olor a muerte	Imcine-Foprocine	8.0	Nacional	Gabriel Retes
Rito terminal	Imcine-FFCC / CUEC / Foprocine	5.9	Nacional	Oscar Urrutia
La paloma de Marsella *	Televisine	N.D	Nacional	Carlos García Agraz
	Costo promedio	12.7		

* Películas producidas con capital independiente

ND – Dato no disponible

Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de diversas fuentes hemerográficas y páginas de Internet

Las compañías distribuidoras que estrenaron más de la mitad de las películas exhibidas en la Ciudad de México fueron: Ecocinemas, Columbia Pictures, Videocine y Artecinema-Gussi.

Entre las distribuidoras que se encargaron de los títulos mexicanos de estreno en ese año, Videocine distribuyó 50% del total e Imcine 25%, manteniéndose igual que en el año anterior. Ver tabla 35.

De las 8 películas mexicanas que se estrenaron, la cinta mexicana más taquillera fue *La primera noche*, ocupó el lugar número 29 de la lista de películas más vistas. Además, logró venderse en el mercado de películas del festival de Cannes a países como Singapur, Taiwán, China y España, en América Latina a Argentina, Brasil, Chile,

Colombia, Cuba, Ecuador y Venezuela para su exhibición comercial, suceso poco común que no se daba desde *El callejón de los milagros* (1994).

Tabla 34. Películas que se estrenaron en 1998

País	1998	%
Estados Unidos	183	61.8
Italia	24	8.1
Inglaterra	14	4.7
Francia	10	3.4
México	8	2.7
Argentina	4	1.4
España	3	1.0
Japón	2	0.7
Holanda	2	0.7
Canadá	1	0.3
Hong Kong	1	0.3
India	1	0.3
Australia	1	0.3
Brasil	1	0.3
Dinamarca	1	0.3
Otras	1	0.3
Coproducciones	39	13.2
Total	296	100

Fuente: CANACINE

Tabla 35. Películas que se estrenaron por distribuidora en 1998

Distribuidora	Total estrenos	%	Total mexicanas	%
C.O.T.S.A./Ecocinemas	54	18.2		
Videocine	50	16.9	4	50
Columbia	43	14.5	1	12.5
Arte Cinema / Gussi	25	8.4		
U.I.P.	24	8.1		
Fox	23	7.8		
Quimera Films	21	7.1		
Películas Scorpio	11	3.7		
Pozas	5	1.7		
Imcine	3	1.0	2	25
Del Mundo	3	1.0		
Piscis	3	1.0		
Latina	3	1.0		
Europa Films	2	0.7		
Películas Roma	2	0.7		
Cine Alternativo	1	0.3		
M.D.C. Films	1	0.3		
Tercer Milenio	1	0.3	1	12.5
Otras	21	7.1		
Total	296	100	8	100

Fuente: CANACINE

De las películas extranjeras más taquilleras, al igual que en la mayor parte del mundo, *Titanic* logró una recaudación récord de poco más de 81 millones de pesos, sólo en la Ciudad de México. Le siguieron *Godzilla*, *Armageddon*, *Impacto profundo*, todas estadounidenses.

El director de Imcine, Eduardo Amerena, reestructuró la Academia de Ciencias y Artes, con lo que se independizó del Instituto, sindicatos y otras asociaciones. Por lo que la Academia quedó constituida por 14 personas (directores, actores y guionistas) quienes serían los encargados de premiar a lo mejor del cine nacional. A pesar de que sólo 7 cintas fueron nominadas para la entrega del Ariel el 14 de diciembre de ese año.

Diego López, ex director de Imcine, fue contratado para dirigir Telecine, en sustitución de Roberto Gómez Bolaños.

Tabla 36. Películas mexicanas que se estrenaron en 1998

Película	Distribuidor	Estreno	Semanas	Asistentes (miles)	Ingresos (mills. pesos)	Director
La primera noche	Videocine			439.6	8.7	Alejandro Gamboa
Canoa (reestreno)	Imcine		8	43	1.0	Felipe Cazals
En el paraíso no existe el dolor	Imcine		2	1.6	0.03	Victor Saca
Luces de la noche	Imcine	29-05-98	2	4.3	0.01	Sergio Muñoz
			Total	488.5	9.74	

Fuente: El número de asistentes e ingresos se obtuvieron de acuerdo al *Taquillómetro de 1998* de la Ciudad de México y Área Metropolitana, que representa el 40 por ciento del total de la República, publicado por CANACINE.

Nota: De las 4 películas restantes que se estrenaron en 1998 no se obtuvieron datos del número de espectadores e ingresos, por lo que parte de la información de éstas se encuentra en el anexo 1 cuadro 4.

Durante 1999, hubo una reactivación en el sector cinematográfico, ya que favoreció a sus tres principales eslabones: producción, distribución y exhibición.

La empresa Estudio México Films, quien forma parte de Corporación Interamericana de Entretenimiento, con un presupuesto inicial de 32 millones de pesos ingresa a la industria filmica a través de Altavista Films y Nuvisión, quienes iniciaron actividades en territorio nacional en ese año. Altavista, sobresale por las películas *Todo el poder*, de Fernando Sariñana, y *Amores perros*, de Alejandro González Iñárritu. Mientras que Nuvisión, al término del año, distribuyó once películas, nacionales y extranjeras, en todo el país; recaudando casi cinco millones de espectadores. Es preciso destacar que con la película mexicana *Un embrujo*, de Carlos Carrera, inició operaciones en territorio nacional.

Cabe señalar que la participación de un mayor número de empresas productoras (Estudio México Films, Univisión Network, Latina Films y Escarabajo Films) contribuyeron a que aumentara la producción filmica nacional, lo que en otros tiempos hubiera sido imposible.

La industria iniciaba su reactivación al producir 19 películas mexicanas. De las cuales, 11 fueron apoyadas por el Estado, mientras que las productoras independientes impulsaron a las 8 restantes.

El costo promedio de la producción de películas mexicanas fue de 11.5 millones de pesos, disminuyó apenas 10%, respecto al costo promedio de 1998 (12.5 millones de pesos).

Se realizaron cinco coproducciones, una más que el año anterior, con diversos países, destacando entre ellas *Sin dejar huella*, la cual tuvo el costo más alto durante el período. Ver tabla 37.

Respecto a la producción privada, ésta tuvo una breve crisis, ya que fue liquidada Telecine por parte de Televisa por los malos resultados que venía presentando. Por lo tanto, la producción filmica que realizaba Telecine pasó a manos de Videocine.

Videocine obtiene una posición favorecedora, respecto de otras empresas distribuidoras, al asegurar las cintas que posteriormente serán explotadas al ser transmitidas a través de la televisión de señal abierta y restringida,

Inicia operaciones en México, la empresa Estudio México Films con un presupuesto de 32 millones de pesos, los cuales se destinaron a la producción de las películas *Gimmie Power* y *Amores perros*.

Respecto al sector de distribución, se estrenaron 306 películas en la Ciudad de México, de las cuales 194 fueron estadounidenses (63%) y 11 mexicanas (4%). Ambas cinematografías tuvieron un ligero aumento respecto de 1998. Cabe señalar que el número de estrenos de películas italianas y francesas seguían siendo mayor al de las mexicanas.

Además de las 11 películas mexicanas de estreno, se reestrenaron: *El apando* y *Cascabel*. El promedio de permanencia en salas de la mayoría de los estrenos mexicanos fue de cinco semanas.

Las compañías distribuidoras que estrenaron poco más de 50% de las películas exhibidas en la Ciudad de México fueron Columbia Pictures, Videocine, Fox y Artecinema-Gussi.

Imcine y Videocine dejaron de ser las casi únicas distribuidoras de películas mexicanas, ya que las *majors* como 20th Century Fox se interesaron en distribuir películas mexicanas tales como: *Sexo, pudor y lágrimas*, de Antonio Serrano y *La otra Conquista*, de Salvador Carrasco.

Tabla 37. Películas mexicanas que se produjeron en 1999

Película	Productores	Costo (mill. pesos)	País	Director
Sin dejar huella	Altavista Films / Tabasco Films / Imcine-Foprocine / Tornasol Films	24.7	Coproducción (MEX-ESP)	María Novaro
Amores perros *	Estudio Mexico Films / Altavista Films	20.0	Nacional	Alejandro González Iñárritu
Todo el poder	Estudio Mexico Films / Imcine	15.0	Nacional	Fernando Sariñana
Sexo por compasión	Imcine-Foprocine / Resonancia Producciones / Visual Group	14.3	Coproducción (MEX/ESP)	Laura Mañá
En el país de no pasa nada	Imcine-Foprocine / Cartel / Filmania Producciones / Altavista / Calacas y Palomas	14.0	Nacional	María del Carmen Lara
Entre la tarde y la noche	Imcine-Foprocine / FFCC / Cooperativa Séptimo Arte / Flores, Roffiel, Senyal y Asociados	11.0	Nacional	Óscar Biancardi
La segunda noche *	Videocine / Warner Bros	10.0	Nacional	Alejandro Gamboa
El baile *	Leonel Gonzalez / Hollymonte SA de CV	9.6	Nacional	José Luis Urquieta
El grito *	Beret Films / Paloma Productions	9.6	Coproducción (MEX/EU)	Gabriel Beristain
Crónica de un desayuno	Imcine-Foprocine / Producciones Escarabajo / Tabasco Films / Argos Cine / Titán Producciones	9.1	Nacional	Benjamin Cann
Pachito rex	CCC / Imcine / Conaculta / ECHASA	7.9	Nacional	Fabian Hofman
De ida y vuelta	CCC / Imcine-Foprocine / ECHASA	8.0	Nacional	Salvador Aguirre
Otaola o La república del exilio	Imcine-Foprocine / Producciones Redondo	6.8	Nacional	Raúl Busteros
A propósito de Buñuel	Foprocine / Amaranta Producciones / Cero en Conducta	6.7	Coproducción (MEX/ESP/FR)	Javier Rieyo/José Luis López
Así es la vida	Imcine-Foprocine / Filmania Prods / Wanda Visión / D.M.V.B. Films	6.4	Coproducción (MEX/ESP/FR)	Arturo Ripstein
Cuando calienta el sol *	Francisco del Toro	N.D	Nacional	René Cardona Jr.
Maldito amor *	Univisión Network / Orlando Mendoza	N.D	Nacional	René Cardona III
Si nos dejan *	Univisión Network / Orlando Mendoza	N.D	Nacional	René Cardona III
Revancha de mujer *	Univisión	N.D	Nacional	René Cardona Jr.
Costo promedio		11.5		

* Películas producidas con capital independiente

ND – Dato no disponible

Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de diversas fuentes hemerográficas y páginas de Internet

En el caso de *Sexo, pudor...*, se inyectaron grandes cantidades de dinero para promoverla: espectaculares en las avenidas, abundante publicidad en los medios, un tema musical programado a todas horas en la radio, varias *premieres* para la prensa; por lo que llegó a convertirse en la película más taquillera en la historia del cine mexicano.

Las compañías distribuidoras que se encargaron de distribuir los títulos mexicanos estrenados en el año fueron Fox, 38% del total, Imcine, 31%, y Videocine, 23%. Ver tabla 39.

Tabla 38. Películas que se estrenaron en 1999

País	1999	%
Estados Unidos	194	63.4
Italia	29	9.5
Francia	17	5.6
México	11	3.6
Inglaterra	8	2.6
Argentina	4	1.3
Brasil	3	1.0
Australia	2	0.7
Japón	2	0.7
España	1	0.3
Alemania	1	0.3
Dinamarca	1	0.3
Holanda	1	0.3
Otras	5	1.6
Coproducciones	27	8.8
Total	306	100

Fuente: CANACINE

Tabla 39. Películas que se estrenaron por distribuidora en 1999

Distribuidora	Total estrenos	%	Total mexicanas	%
Columbia	57	18.6		
Videocine	42	13.7	3	23.1
Fox	33	10.8	5	38.5
Arte Cinema / Gussi	30	9.8		
U.I.P.	28	9.2		
C.O.T.S.A./Ecocinemas	21	6.9		
Quimera Films	15	4.9		
Películas Scorpio	12	3.9		
Latina	9	2.9		
Del Mundo	5	1.6		
Imcine	4	1.3	4	30.8
Pozas	4	1.3		
Otras	46	15.0	1	7.7
Total	306	100	13	100

Fuente: CANACINE

La cinta mexicana más taquillera fue *Sexo, pudor y lágrimas*, ocupó el segundo lugar del listado general y, además, fue la única cinta mexicana que estuvo en la lista de las 25 producciones más rentables del año.⁴⁸ Otras películas mexicanas también tuvieron buena aceptación en taquilla como: *Las delicias del poder*, *La otra conquista* y *Santitos*. Ver tabla 40.

De las películas extranjeras más taquilleras, *Tarzan* recaudó poco más de 1 millón de pesos en la Ciudad de México, le siguieron *Episodio 1. La amenaza fantasma*

⁴⁸ ESTRADA, Marién, "De película, las andanzas en el cine mexicano" en Revista Mexicana de Comunicación, México, Año 12, No.62, marzo-abril de 2000, p. 14

y *Sexto sentido*, que ocuparon el tercer y cuarto lugar respectivamente, todas estadounidenses.

Mientras la Ley Cinematográfica, aprobada en diciembre del año anterior, debía publicarse en el mes de abril, no estuvo lista en esa fecha. Por lo que los recursos que se destinaban a FOPROCINE se suspendieron.

Jack Valenti, presidente de la Motion Pictures Association, visitó México para informar acerca de la creación del Comité Binacional México-EUA, cuyo objetivo era realizar coproducciones y establecer talleres de guión. Asimismo, se reunió con Zedillo en parte para felicitarlo por el combate a la piratería y también para presionar porque se redujera y de ser posible se evitaran sanciones a los exhibidores nacionales que no cumplieran con la obligación legal de exhibir, por lo menos, 10% de cine mexicano, así como negociar que no se cobrara impuesto al copiado de películas norteamericanas destinadas a exhibirse en cines.

Valenti estuvo también en México en 1992 y 1998, coincidentemente cuando se intentó llegar a acuerdos para integrar leyes cinematográficas.⁴⁹

Imcine apoyó la escritura de 24 guiones, en el desarrollo de 24 proyectos y sólo produjo dos películas. Mientras, FOPROCINE apoyó 16 proyectos, nueve fueron filmados y los restantes sólo se rodaron.

Eduardo Amerena, director de Imcine, fue restituido por Alejandro Pelayo a raíz del escándalo suscitado por la película *La ley de Herodes*. Posteriormente, se deslindaría de su responsabilidad al afirmar que sólo había obedecido ordenes de Rafael Tovar y de Teresa, entonces presidente de CONACULTA.⁵⁰

El cine mexicano participó en 158 encuentros internacionales, 98 de largometrajes y 60 de cortometrajes.

⁴⁹ ESTRADA, "De película, las andanzas en el cine mexicano", p. 13.

⁵⁰ ESTRADA, Marién, "Historia de película",

<http://www.mexicanadecomunicación.com.mx/tables/fmb/foromex/pelicula.html>, 19/11/04.

Tabla 40. Películas mexicanas que se estrenaron en 1999

Película	Distribuidor	Estreno	Semanas	Asistentes RM (mills)	Asistentes DF (miles)	Ingresos RM (mills)	Ingresos DF (mills)	Director
Sexo, pudor y lágrimas	Fox	18-06-99	26	5.3	1905.2	117.2	47.7	Antonio Serrano
Las delicias del poder	Producciones Vlado			1.15		23		Ivan Lipkies
La otra conquista	Fox	02-04-99			319.6		10	Salvador Carrasco
Santitos	Fox		8		207.7		6.5	Alejandro Springali
El coronel no tiene quien le escriba	Videocine				156.8		4.9	Arturo Ripstein
Un embrujo	Fox	19-02-99			31.6		1	Carlos Carrara
La paloma de marsella	Videocine				11		0.3	Carlos Garcia Agraz
			Total	6.45	2,631.7	140.2	70.4	

Fuente: El número de asistentes e ingresos se obtuvieron de acuerdo al *Taquillómetro de 1999* de la Ciudad de México y Área Metropolitana, que representa el 40 por ciento del total de la República, publicado por CANACINE.

Nota: De las 6 películas restantes que se estrenaron en 1999 no se obtuvieron datos del número de espectadores e ingresos por lo que parte de la información de éstas se encuentra en el anexo 1, cuadro 4.

3.2 Nuestro cine naufraga: 2001 – 2004

Al inicio del sexenio Foxista, la industria filmica resentiría la falta de interés por parte del gobierno mexicano hacia la cultura.

El Estado no fue el único productor de filmes mexicanos: Altavista Films, Univisión Network, Warner Brothers y Buenavista Internacional participaron como nuevas coproductoras y esto permitió que todavía en el año 2000 se produjeran 28 películas mexicanas, lo que representó un aumento de 47% respecto a 1999. De las cuales, 17 fueron apoyadas por el Estado, mientras que las producciones independientes fueron once.

El costo promedio de la producción de películas mexicanas fue de 12.9 millones de pesos, aumentó ligeramente (13%) respecto al costo promedio de 1999 (11.5 millones de pesos).

Se realizaron tres coproducciones, dos menos que el año pasado, con diversos países, destacando entre ellas: *El espinazo del diablo*, de Guillermo del Toro, la cual tuvo el costo más alto de las producciones realizadas durante el período. Ver tabla 41.

Se estrenaron 242 películas en la Ciudad de México, de las cuales 147 fueron estadounidenses (61%) y 16 mexicanas (7%). Los estrenos estadounidenses sufren una ligera caída, mientras que las películas mexicanas aumentan significativamente (74%) el número de estrenos respecto al año anterior. Ver tabla 42.

Las cinematografías italianas y francesas fueron las que continuaron estrenando un buen número de películas en la ciudad de México, ahora en menor medida que las mexicanas y las estadounidenses.

Dos compañías distribuidoras fueron las que se disputaron alrededor de 50% de las películas exhibidas en la Ciudad de México: Videocine y Columbia Pictures. Para la distribución de material mexicano, cerca de 63% fue distribuido por Videocine y poco más de 18% por Imcine. Ver tabla 43.

La cinta mexicana más taquillera fue *Amores perros*, de Alejandro Inárritu, que recaudó más de 94 millones de pesos durante 16 semanas que estuvo en cartelera. Las películas mexicanas que también tuvieron bastante éxito en taquilla fueron: *La segunda noche*, *Todo el poder*, *Por la libre* y *La ley de Herodes*. Ver tabla 44.

Tabla 41. Películas mexicanas que se produjeron en 2000

Película	Productores	Costo (mills. pesos)	País	Director
El espino del diablo *	El Deseo SA / Tequila Gang / Anhele Producciones / Soqepaq	47.5	Coproducción (MEX/ESP)	Guillermo del Toro
Serafin *	Videocine / Warner Bros / Coyoacán Films	22.0	Nacional	René Cardona III
Tiempo de las mariposas *	Amaranta Films	21.8	Nacional	Gerardo Herrero
Y tu mamá también *	Anhele Producciones / Jorge Vergara	20.0	Nacional	Alfonso Cuarón
Otilia rauda, la mujer del pueblo	Imcine-Foprocine / Alameda Films / Altavista Films	18.9	Nacional	Dana Rotberg
Demasiado amor	Imcine-Foprocine / Artífice Prods / Canal Plus España/ TVE	17.2	Nacional	Ernesto Rímochi
Su alteza serenísima	Imcine-Foprocine / Serenísima Films	16.7	Nacional	Felipe Cazals
El segundo aire *	Altavista Films	16.0	Nacional	Fernando Sanfiana
Por la libre *	Altavista Films / Francisco González Compeán / Ana Roth	16.0	Nacional	Juan Carlos De Liaca
Atlético San Pancho *	Altavista Films	15.0	Nacional	Gustavo Loza
Vera	Imcine/Foprocine/Arroba Films/Chadwick Films/BB&R Productions	15.0	Coproducción (MEX/ALE/EUA)	Francisco Athié
De la calle	Imcine-Foprocine-FFCC / Tiempo y Tono Films	11.7	Nacional	Gerardo Tort
Corazones rotos	Imcine-Foprocine-FFCC / Prods Volcan	9.5	Nacional	Rafael Montero
El gavilán de la sierra	Conaculta / Imcine-Foprocine -FFCC / STPC / Videocine / Prods Polvo Vencedor	9.5	Nacional	Juan Antonio de la Riva
Inspiración *	Ilusión Films	9.5	Nacional	Ángel Mario Huerta Cantú
Cuento de hadas para dormir (...)	Conaculta / Imcine-Foprocine / Malayerba Producciones	8.0	Nacional	Ignacio Ortiz
Sofía *	Arena Films / Grupo Camil	8.0	Nacional	Alan Cotón
Piedras verdes	Producciones Piedras Verde / Videocine / Imcine	7.8	Nacional	Ángel Flores
Perfume de violetas	Conaculta / Foprocine-Imcine / Tragaluz Producciones / Palmera Films / CCC	7.3	Nacional	Maryse Sístach
Escrito en el cuerpo de la noche	Goukline / Foprocine / Videocine / Fernando Gou	6.7	Nacional	Jaime Humberto Hermosill
De piel de víbora / Acosada	Imcine-Foprocine / Orbitum / STPC	6.6	Nacional	Marcela Fernández Violant
Una de dos	Resonancia Productora / Fernando Cámara / Salvador de la Fuente	6.6	Nacional	Marcel Sisniega
Un mundo raro	Imcine / CUEC / Foprocine	5.7	Nacional	Armando Casas

La perdición de los hombres *	Jorge Sánchez/Canal +	5.3	Nacional	Arturo Ripstein
Seres humanos	Imcine-Foprocine / CCC	4.0	Nacional	Jorge Aguilera
Ramo de fuego	Imcine/ Producciones Intrépidas / Fideicomiso para la Cultura Mex-Eu / American Film Institute / Fundación Cultural Rodolfo Morales	2.0	Coproducción (MEX/EUA)	Mauren Gosling
Un banquete en Tetzapayac *	Oil&Water / Fundación Cultural Bancamer/The Hubert Bals Fund Of The International Film / Festival Rotterdam / San Pedro P.	ND	Nacional	
Las caras de la luna	Imcine-Foprocine / Producciones Arte Nuevo / Argos	N 0	Nacional	Guitia Achyfter
	Costo promedio	12.9		

* Películas producidas con capital independiente

ND – Dato no disponible

Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de diversas fuentes hemerográficas y páginas de Internet

Tabla 42. Películas que se estrenaron en 2000

Pais	2000	%
Estados Unidos	147	60.7
México	16	6.6
Italia	13	5.4
Francia	11	4.5
Inglaterra	6	2.5
España	5	2.1
Canadá	3	1.2
Alemania	2	0.8
Japón	2	0.8
Brasil	1	0.4
Holanda	1	0.4
Argentina	1	0.4
Otras	16	6.6
Coproducciones	18	7.4
Total	242	100

Fuente: CANACINE

Tabla 43. Películas que se estrenaron por distribuidora en 2000

Distribuidora	Total estrenos	%	Total mexicanas	%
Videocine	60	24.7	10	62.5
Columbia	56	23.0	2	12.5
Arte Cinema / Gussi	28	11.5	1	6.2
U.I.P.	27	11.1		
Fox	22	9.1		
Cinemat.Latina	9	3.7		
Imcine	7	2.9	3	18.7
Pel.Scordio	5	2.1		
Del Mundo	3	1.2		
Quimera Films	3	1.2		
Pozas	2	0.8		
U.N.A.M.	1	0.4		
Otras	20	8.2		
Total	243	100.0	16	100

Fuente: CANACINE

Respecto a la estrategia de distribución utilizada para la película *Así es la vida*, de Arturo Ripstein, Alejandro Pelayo, director del Imcine, dijo: "salimos con pocas copias y si hay buena respuesta se irá aumentando el número. En este caso salimos con 6 copias y pretendemos llegar a 12, porque tenemos experiencias al revés, es decir, salimos con 50 copias y a la segunda semana nos quedan 10 en cartelera. Son películas que no pagan ni el costo de cada copia, como sucedió con *Un dulce olor a muerte*, de Gabriel Retes".⁵¹ Además, señaló: "el éxito de un largometraje no tiene que ver con el distribuidor, sino con el hecho de que una película funciona". Es importante destacar que Pelayo administró eficientemente los recursos de Imcine.

Se aumentó el interés de los espectadores mexicanos por el cine mexicano, al entrar al listado cinco de los 16 estrenos de las películas mexicanas como las películas más vistas en territorio nacional.

Con respecto al aspecto jurídico seguía sin aprobarse el Reglamento de la Ley Federal de Cinematografía por el Poder Ejecutivo.

⁵¹ La Jornada, sección *Cultura*, 11/11/00, p. 2

Mientras que las distribuidoras Columbia, Fox y U.I.P. se ampararon ante la Suprema Corte de Justicia de la Nación al declarar que era inconstitucional el Artículo 8 de la Ley Federal de Cinematografía y de esta forma quedó sin efecto lo relativo al doblaje de películas extranjeras.

En 2001, a través del Reglamento a la Ley Federal de Cinematografía fue aprobado el Fondo de Inversión y Estímulos al Cine (FIDECINE), después de dos años de retraso, el cual recibió 70 millones de pesos —30 millones menos de los previstos— para su operación. Dicho fondo apoya al cine de mayores posibilidades comerciales, está conformado por un comité técnico público, es decir, sus integrantes pertenecen a todos los sectores que conforman la industria cinematográfica.

Mientras que el FOPROCINE no recibió recursos económicos y para ese año ya había agotado los que tenía. Esto se debió, en parte, a que hubo recortes presupuestales por parte del gobierno federal en el ámbito cultural.

Videocine de México y Plural Entertainment de España, empresas cinematográficas, firmaron una alianza para apoyar la producción con la que se formalizaría la relación que habían iniciado tiempo atrás con la coproducción de películas como *La habitación azul* y *El tigre de Santa Julia*.

Durante 2001 se produjeron 21 películas mexicanas, siete menos que en el año 2000. De las cuales, 7 fueron apoyadas por el Estado, mientras que las productoras independientes aumentaron sus producciones a catorce.

El costo promedio de la producción de películas mexicanas fue de 14.4 millones de pesos, lo que representó un aumento de 10%, respecto al costo promedio de 2000 (12.9 millones de pesos).

Se realizaron seis coproducciones, tres más que el año anterior, entre los que destacan: *Primer y último amor*, de Antonio Jiménez Rico, y *Asesino en serio*, de Antonio Urrutia, las cuales tuvieron el costo más alto de las producciones realizadas durante el período. Ver tabla 45.

A principios del año, se fundó la distribuidora Arthaus Films, conformada por Luis Calzada y Jorge Novo Ramírez (Quality Films); Daniel Birman Ripstein (Alameda Films); Mario Dubovoy Calderón (MDC Films) y Fernando Alanís Rivera (Quimera Films). Arthaus ha apoyado producciones ganadoras de premios en el extranjero

Tabla 44. Películas mexicanas que se estrenaron en 2000

Película	Distribución	Estreno	Copias	Semanas	Asistentes RM (mills)	Asistentes DF (mills)	Ingresos RM (mills)	Ingresos DF (mills)	Director
Amores perros	Videocine	16/05/00	101	16	3.49	1.7	94.8	46.35	Alejandro González Iñárritu
La segunda noche	Videocine	31/03/00	72	15	2.83	1.09	67.1	27.22	Alejandro Gamboa
Todo el poder	Videocine	21/01/00	102	12	2.53	1.02	62.5	29.56	Fernando Sariñana
Por la libre	Videocine	19/10/00	ND	7	1.13	0.67	36.15	19.13	Juan Carlos de Ulaca
La ley de herodes	Gussi	18/02/00	73	12	1.1	0.7	34.01	19.61	Luis Estrada
Crónica de un desayuno	Columbia	01/11/00	100	8	0.34	0.23	10.76	6.77	Benjamin Cann
Ave María	Videocine	05/05/00	35	7	0.24	0.18	7.77	4.98	Eduardo Rossoff
En el país de no pasa nada	Videocine	09/06/00	68	5	0.16	0.13	5.24	3.5	María del Carmen Lara
Un dulce olor a muerte	Videocine	11/02/00	34	4	0.08	0.05	2.73	1.58	Gabriel Retes
En un claroscuro de la luna	Videocine	13/09/00	ND	7	0.06	0.06	1.88	1.77	Sergio Olhovich
Bajo California	Columbia		ND	ND	0.05	0.03	1.61	0.93	Carlos Bolado
Del olvido al no me acuerdo	Videocine		ND	ND	0.04	ND	1.28	1.08	Juan Carlos Rulfo
El último profeta	Videocine	19/05/00	ND	ND	0.04	0.03	1.14	0.8	Juan de la Riva
Así es la vida	Imcine	10/11/00	6	ND	0.03	ND	1.05	0.81	Anuro Ripstein
Rito terminal	Imcine / CUEC		ND	ND	0.02	ND	0.53	0.5	Oscar Urrutia
Entre la tarde y la noche	Imcine	24/11/00	6	ND	0.01	ND	0.2	0.13	Oscar Blancarte
		Total	587	93	12.15	5.89	328.75	164.72	

Fuente: El número de asistentes e Ingresos del DF se obtuvieron de acuerdo al *Taquillómetro de 2000* de la Ciudad de México y Área Metropolitana, que representa el 40 por ciento del total de la República, publicado por CANACINE. Los Ingresos de la República Nacional se obtuvieron del documento de IMCINE *Consideraciones económicas acerca de la producción cinematográfica nacional*.

Tabla 45. Películas mexicanas que se produjeron en 2001

Película	Productores	Costo (mills. pesos)	País	Director
Primer y último amor *	Saguel Films SL / TV España / Via Digital	25.0	Coproducción (MEX/ESP)	Antonio Giménez Rico
Asesino en serio *	Altavista Films / Tequila Gang / Amiguetes, SA.	23.4	Coproducción (MEX/ESP)	Antonio Urrutia
Vivir mata *	Argos Cine / Titán Producciones	20.8	Nacional	Nicolás Echeverría
El crimen del padre amaro	Imcine / Alameda Films / Wanda Visión / Arteam	18.7	Nacional	Carlos Carrera
Zurdo *	Altavista Films / Sinca / Inbursa	18.0	Nacional	Carlos Salces
El misterio del trinidad	Imcine-Foprocine / García Agraz Y Asociados/FFCC	15.9	Nacional	José Luis García Agraz
El tigre de Santa Julia *	Videocine / Cinépolis Producciones / Plural Entertainment	15.0	Nacional	Alejandro Gamboa
Sin ton ni Sonia	Harakiri Prods./Columbia Pictures	15.0	Nacional	Carlos Sama
La habitación azul *	Argos Cine / Televisa Cine / Titán Producciones	14.0	Nacional	Walter Doehner
¿De qué lado estás? (francisca)	Imcine / Producciones Odeón	13.0	Coproducción (MEX/ALE/ESP)	Eva López Sánchez
Guerrero *	Benjamin Escamilla	10.0	Nacional	Benjamin Escamilla
Ciudades oscuras *	Altavista Films / Veneno Producciones	9.3	Nacional	Fernando Sariñana
El secreto de esperanza *	Omicron Films	8.0	Nacional	Leopoldo Laborde
Cuento de hadas para dormir (...)	Imcine-Foprocine / Malayerba Producciones	8.0	Nacional	Ignacio Ortíz
Alex Lora, esclavo del rock and roll	Luis Kelly / New Art Digital / Imcine	1.7	Nacional	Luis Kelly
La virgen de la lujuria *	Foprocine / Mate Producciones / Tusitala / Producciones Amaranta	ND	Coproducción (MEX/ESP/POR)	Arturo Ripstein
Huapango *	Vlady Realizadores	ND	Nacional	Iván Lipkies
Punto y aparte *	Paco del Toro / Armagedón SA de CV	ND	Nacional	Paco del Toro
Ya no los hacen como antes	Foprocine / Cinematografica Filmex - Secine (Pablo Barbacho)	ND	Nacional	Fernando Pérez Gavilán
Bendito infierno *	Altavista Films / Flamenco Films / Cartel Tornasol Films / DMVB / Eyescreen	ND	Coproducción (FR/ITA/ESP/MEX)	Agustín Díaz
En la mente del asesino	Altavista Films / Oberón Cinematográfica / Moro Films / Lestes Films / Bias Post / Canal + / TV Española / TV Catalunya SA	ND	Coproducción (ESP/MEX)	Agustí Villaronga
Costo promedio		14.4		

* Películas producidas con capital independiente

ND – Dato no disponible

Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de diversas fuentes hemerográficas y páginas de Internet

Se estrenaron 260 películas en la Ciudad de México, de las cuales 130 fueron estadounidenses, la mitad del total; y 19 mexicanas (7%). Los estrenos estadounidenses tuvieron una caída de 10 puntos porcentuales, mientras que las mexicanas se mantuvieron con el mismo número de estrenos. Las películas francesas se incrementaron hasta representar el mismo número que las mexicanas. Ver tabla 46.

Las compañías que distribuyeron más de la mitad de los títulos que se estrenaron en la Ciudad de México fueron: Columbia Pictures, Videocine y Arte cinema-Gussi. Específicamente, el material mexicano fue distribuido por Videocine (26%), 16% por Fox y con igual puntaje (11%) Imcine y Arte Cinema-Gussi. Ver tabla 47.

Tabla 46. Películas que se estrenaron

en 2001		
Pais	2001	%
Estados Unidos	130	50
Francia	19	7.3
México	19	7.3
Italia	10	3.8
Inglaterra	6	2.3
España	6	2.3
Argentina	2	0.8
Alemania	1	0.4
Brasil	1	0.4
Suecia	1	0.4
Otras	8	3.5
Coproducciones	56	21.5
Total	260	100

Fuente: CANACINE

Tabla 47. Películas que se estrenaron por distribuidora en 2001

Distribuidora	Total estrenos	%	Total mexicanas	%
Columbia	58	22.3	1	5.2
Videocine	56	21.5	5	26.3
Arte Cinema / Gussi	38	14.6	2	10.5
U.I.P.	24	9.2		
Fox	22	8.5	3	15.8
Latina	7	2.7		
Del Mundo	6	2.3		
Imcine	4	1.5	2	10.5
Películas Scorpio	2	0.8		
Pozas	1	0.4		
Otras	42	16.2	6	31.6
Total	260	100	19	100

Fuente: CANACINE

La cinta mexicana más taquillera fue *Y tu mamá también*, de Alfonso Cuarón, la cual recaudó cerca de 102 millones de pesos en todo el país y permaneció 24 semanas en cartelera. Días antes de su estreno, suscitó un gran escándalo cuando el director y el productor denunciaron censura en contra de su obra por parte de RTC, ya que tuvo clasificación C por el consumo abierto de drogas que ahí aparecía y no por las escenas de sexo explícito, como se llegó a pensar en un principio. Sin embargo, tanto la clasificación C y D, según la LFC, consideran el consumo de drogas como contenido

restringible por lo que este acontecimiento influyó favorablemente para que un mayor número de personas asistieran a verla.

Las películas mexicanas que le siguieron como las más taquilleras fueron *El segundo aire* y *El espinazo del diablo*, pero con una gran desventaja al recaudar 50 millones de pesos menos. Ver tabla 48.

De las 19 películas mexicanas que se estrenaron en 2001, se hicieron 2,409 copias, aproximadamente 126 copias por título y 4,934 espectadores también por título. El número de copias con que se estrenan algunas de las películas mexicanas permiten una mayor competencia con los principales estrenos extranjeros. Lo anterior se debe, en opinión de Durán a que:

La evolución tanto de las salas de cine como la distribución de películas en México se puede medir por el grado de copias que se hacen actualmente. Cuando todavía existía COTSA, por dar un ejemplo, *Superman*, se exhibió con 12 copias, el día de hoy, cualquier película que se considere como el "trancazo" de verano, sale con más de 400 copias y creo que al ritmo que vamos las películas serán lanzadas con 500 copias. La industria se está manejando con otros volúmenes, además, se encuentra en el punto que, quizás, la transformación tecnológica nos alcance en un período muy breve.⁵²

Sin embargo, para los productores mexicanos las condiciones funcionan desde el punto de vista del exhibidor. El exhibidor va a seguir midiendo los resultados de los tres primeros días del estreno y con base en esos números programará la siguiente semana, dando lugar primero a los estrenos, luego a las películas más taquilleras, y si todavía queda lugar en sus salas entrarán las películas que no son tan taquilleras.⁵³

Las películas extranjeras más taquilleras fueron: *Shrek*, *Parque Jurásico III*, *El planeta de los simios*, *Lo que ellas quieren*, *La momia regresa*, *Los otros*, *Límite vertical*, *Pearl Harbor*, *Harry Potter y la piedra filosofal* y *Atlantis: el imperio perdido*; en conjunto recaudaron cerca de 363 millones de pesos en el Distrito federal y la zona metropolitana. *Shrek* fue la película que recaudó más, cerca de 53 millones de pesos en

⁵² DURAN, Mauricio, Director adjunto de Buena Vista Columbia Tri Star de México, *El encuentro de cine mexicano*, Cineteca Nacional, 20 de marzo de 2002. Cfr. PÉREZ Esparza, Lizbeth, *El papel del Imcine en la producción de películas mexicanas (1988-1998)*, Tesis de licenciatura en Ciencias de la Comunicación, México, UNAM-FCPyS, 2001, p. 89.

⁵³ RIMOCH, Ernesto, *El Economista*, sección *La plaza*, 08/05/01, p. 65.

Tabla 48. Películas mexicanas que se estrenaron en 2001

Película	Distribuidor	Estreno	N. Copias	Semanas	Asistentes RM (miles)	Ingresos RM (mills)	Director
Y tu mamá también	Fox	08/06/01	250	24	3526.4	101.7	Alfonso Cuarón
El segundo alre	Videocine	11/05/01	220	20	1654.3	47.84	Fernando Sanfiana
El espinazo del diablo	Fox	19/10/01	220	11	1595.2	46.36	Guillermo del Toro
De la calle	Videocine	12/10/01	265	12	1052.1	29.27	Gerardo Tort
Perfuma de violetas	Videocine	22/06/01	160	19	1018.6	28.54	Maryse Sistach
Inspiración	Fox	28/09/01	149	12	766.6	23.25	Ángel Mario Huerta Cantú
Serafin	Videocine	13/07/01	352	19	884.5	21.06	René Cardona III
Piedras verdes	Videocine	16/02/01	150	15	486	13.57	Ángel Flores
Atlético San Pancho	Nuvisión	27/07/01	280	20	462.3	11.91	Gustavo Loza
Demasiado amor	BVI	27/04/01	117	8	209.2	6.07	Emesio Rimoch
Sin dejar huella	Nuvisión	23/03/01	125	12	141.2	3.74	Marcela Violante
Ángelus	Gussi	12/10/01	20	8	22.2	0.817	Leopoldo Laborde
Guerrero	Gussi	05/10/01	33	8	22.9	0.58	Benjamin Escamilla
Su alteza serenísima	Imcine	15/06/01	7	9	12.5	0.41	Felipe Cazals
La pérdida de los hombres	Arthaus	28/09/01	12	5	13.6	0.41	Arturo Ripstein
Ángel de la noche	Cinergla	25/05/01	19	6	9.2	0.199	
De ida y vuelta	Arthaus	19/10/01	12	4	5.4	0.17	Salvador Aguirre
Pachito Rex	Arthaus	09/11/01	12	1	3.3	0.11	Fablan Holman
Otaola o la república del exilio	Imcine	05/10/01	6	2	0.6	0.02	Raül Busteros
		Total	2,409	215	11,866.1	335.826	

Fuente: Documento de IMCINE *Consideraciones económicas acerca de la producción cinematográfica nacional*. Además, se consultaron diversas fuentes hemerográficas e Internet.

16 semanas de exhibición, mientras la que recaudó menos fue *Atlantis* (aproximadamente 20 millones de pesos).

En el Imcine, Alejandro Pelayo fue sustituido por Alfredo Joskowicz, quien hasta junio de 2005 continuaba en la dirección.

En el año 2001 les devolvieron sus derechos autorales a los productores de 81 de aproximadamente 3,000 películas mexicanas que se filmaron entre los años 1948 y 1978.

La compañía norteamericana *Author's Rights Restoration Corporation* era dueña de los derechos patrimoniales de 3,000 películas mexicanas que estaban en el dominio público de Estados Unidos de América. Los productores nacionales, dueños de las películas, obtuvieron a su favor el fallo de un juez norteamericano. Mientras que 122 autores (guionistas, compositores y escritores) cedieron voluntariamente sus derechos —por 50 dólares— a la compañía para que fueran registradas sus obras y obtuvieran el pago de regalías por su explotación en Estados Unidos que nunca antes habían recibido.

Cabe señalar que para el Presupuesto de Egresos 2002 no se contemplaron los recursos económicos que necesitaría el FIDECINE, 70 millones de pesos, para continuar operando; a pesar de que el Artículo 34 de la LFC establece que el gobierno federal tiene la obligación de establecer una cantidad de dinero anual, aunque no específica de cuánto.

Durante 2002, en el sector de exhibición, se vendió el Grupo Cinemex por 286 millones de dólares. La empresa *Onex Corporation*, de Canadá, y *Oaktree Capital Management*, de Estados Unidos, adquirieron el grupo.

El 4 de abril, la Secretaría de Gobernación publicó en el Diario Oficial de la Federación, los criterios de clasificación para las películas, destaca el establecimiento de la clasificación B15 para películas no recomendables para menores de 15 años; con el objetivo de evitar exponer materiales que afecten el desarrollo integral de los menores de edad. Además, se definieron términos como horror, procaz, sexo sugerido, sexo implícito y explícito.

La Comisión Nacional de Filmaciones deja de pertenecer como programa de Imcine y obtiene su autonomía al volverse una Asociación Civil, muy a pesar de su exiguo presupuesto.

En 2002 se produjeron tan sólo 14 películas mexicanas. De las cuales, 5 fueron apoyadas por el Estado, mientras que las productoras independientes disminuyeron sus producciones de 14 a nueve.

El costo promedio de la producción de películas mexicanas fue de 12 millones de pesos y disminuyó (17%) respecto al costo promedio de 2001 (14.4 millones de pesos).

Se realizaron cuatro coproducciones, dos menos que el año pasado, destacando entre ellas: *La hija del canibal*, de Antonio Serrano, la cual tuvo el costo más alto de las producciones realizadas durante el período. Ver tabla 49.

Se estrenaron 256 películas en la Ciudad de México, 117 estadounidenses y 17 mexicanas. Se estrenaron más películas francesas que mexicanas. Ver tabla 50.

Las compañías que distribuyeron más de 50% de los títulos que se estrenaron en la Ciudad de México fueron: Columbia Pictures, Videocine y Arte cinema-Gussi; 35% del material mexicano fue distribuido por Videocine y 18% por Columbia Pictures. Ver tabla 51.

La cinta mexicana más taquillera fue *El crimen del padre Amaro*, de Carlos Carrera, la cual recaudó cerca de 162 millones de pesos en todo el país y permaneció 19 semanas en cartelera. Gran parte de su éxito se debió al escándalo que se suscitó por el intento de censura por parte de Jorge Serrano Limón, ex presidente del Grupo Pro Vida. Como se recordará, no es la primer película que se intenta censurar, anteriormente *La sombra del caudillo*, *Rojo amanecer* y *El brazo fuerte*, fueron censuradas por varios años. Sin embargo, a partir de películas como *La ley de Herodes* y *Y tu mamá también*, dicha censura se utilizó con fines mercadotécnicos, ya que se está volviendo una especie de tradición para los estrenos nacionales que quieren tener éxito en taquilla.⁵⁴

⁵⁴ ESTRADA, Marién, "Cine de contrastes" en Revista Mexicana de Comunicación, <http://www.mexicanadecomunicacion.com.mx/Tables/RMC/rmc80/cine.html>, 22/11/04.

El desempeño en taquilla de otras películas mexicanas fue muy notable, ingresando a la lista de las 15 películas más taquilleras del año: *El tigre de Santa Julia*, *La habitación azul* y *Amar te duele*. Ver tabla 52.

Para los 17 estrenos de las películas mexicanas se reprodujeron 2,186 copias, un promedio de 128 copias por película, atrajeron 6,741 espectadores por título, lo que reflejó un aumento significativo del número de espectadores por cada título mexicano (36%).

Las películas extranjeras más taquilleras a nivel nacional fueron: *Spider man* con 296 millones pesos, *La era de hielo* con 185 millones, *Harry Potter y la cámara secreta* con 151 millones, y *Señales* con 115 millones, todas estadounidenses.

Por otra parte, se realizaron modificaciones a la Ley Federal de Derechos, en la que se estableció que un peso de cada boleto pagado en taquilla sería destinado a apoyar la producción de cine nacional a partir de 2003. Dicha recaudación se esperaba que ascendiera a 140 millones de pesos anuales, los cuales serían repartidos entre el FOPROCINE y el FIDECINE. Cabe señalar que quienes aportan el peso no son ni los distribuidores ni exhibidores, sino los espectadores.

En el 2002, México participó en 218 festivales de cine y obtuvo 42 premios internacionales, por lo que la tendencia parece indicar que entre menos películas se produzca su calidad artística es mayor y esto también se refleja en taquilla.

Durante 2003, la respuesta de las empresas distribuidoras a las modificaciones a la Ley Federal de Derechos fue inmediata; nueve compañías distribuidoras se ampararon a principios del año porque consideraban que el pago del derecho era inconstitucional. La Suprema Corte de Justicia de la Nación dictó un amparo en contra del pago de un peso por espectador, reconociéndole interés jurídico a las distribuidoras, que no lo tenían anteriormente, y que sólo se encargaban de enterar el peso pagado por los espectadores a la Secretaría de Hacienda.⁵⁵

Como medida de presión, a través de una carta al presidente Fox, Jack Valenti advirtió: "que el cobro de un peso extra en taquilla, paralizaría planes de inversión pactados previamente y cancelaría la inversión directa en nuevos filmes mexicanos".⁵⁶

⁵⁵ UGALDE, "Panorama de la producción cinematográfica nacional", p. 53.

⁵⁶ ESTRADA, Marién, "Historia de película",

<http://www.mexicanadecomunicación.com.mx/tables/fmb/foromex/pelicula.html>, 02/09/04.

Tabla 49. Películas mexicanas que se produjeron en 2002

Película	Productores	Costo (mills. pesos)	País	Director
La hija del canibal	Foprocine / Ibermedia / Imcine / Argos Films / Titan Producciones / Lola Films	30.0	Coproducción (MEX/ESP)	Antonio Serrano
Dame tu cuerpo	Fidécine / La Perrada Films / Videocine / New Art	19.3	Nacional	Rafael Montero
Nicotina	Fidécine / Cacerola Films / Altavista Films / Videocine / Arca y Oberon	18.0	Coproducción (MEX/ARG/ESP)	Hugo Rodríguez
Amar te duele *	Altavista Films / Televidcine	15.0	Nacional	Fernando Sariñana
Fantasías *	Producciones La Palma	11.6	Nacional	Jorge Araujo
Japón	Nodream Cinema / Conaculta / Imcine-Foprocine / Mantarraya Producciones	7.0	Coproducción (MEX/ESP)	Carlos Reygadas
El sueño del caimán *	Iconica / Dejame Disfrutar Films	6.0	Coproducción (MEX/ESP)	Beto Gómez
Avisos de ocasión *	Meln Mentis Infinitas Prods	5.0	Nacional	Henry Bedwell
7 mujeres, un homosexual y Carlos *	Omar Veytla	4.8	Nacional	René Bueno
Tiempo real *	Hugo Stiglitz	2.9	Nacional	Fabrizio Prada
Volverás *	Oberon Cinematográfica / Altavista Films / Moro Films / Tucan Producciones / Televisión Española / Canal + / Televisión de Catalunya	ND	Coproducción (MEX/ESP)	Antonio Chavarrias
Espejo retrovisor *	CPM Films	ND	Nacional	Héctor Molinar
La tregua	Foprocine / Gobierno de Veracruz / Cineproducciones Internacionales / Imcine	ND	Nacional	Alfonso Rosas Priego
Mónica y el profesor *	Pérezgrovas Corporación	ND	Nacional	Héctor Bonilla
	Costo promedio	12		

* Películas producidas con capital independiente

ND – Dato no disponible

Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de diversas fuentes hemerográficas y páginas de Internet

Tabla 50. Películas que se

estrenaron en 2002

País	2002	%
Estados Unidos	117	45.7
Francia	18	7.0
México	17	6.6
España	13	5.1
Italia	7	2.7
Alemania	2	0.8
Canadá	2	0.8
Argentina	2	0.8
Hong Kong	1	0.4
Australia	1	0.4
Holanda	1	0.4
Otras	3	1.2
Coproducciones	72	28.1
Total	256	100

Fuente: CANACINE

Tabla 51. Películas que se estrenaron por distribuidora en 2002

Distribuidora	Total estrenos	%	Total mexicanas	%
Columbia	56	21.9	3	17.6
Videocine	51	19.9	6	35.3
Arte Cinema / Gussi	37	14.5		
Fox	27	10.5	1	5.9
U.I.P.	23	9.0		
Latina	5	2.0		
Del Mundo	4	1.6		
Imcine	1	0.4	1	5.9
Otras	52	20.3	6	28.3
Total	256	100	17	100

Fuente: CANACINE

Se produjeron 29 películas mexicanas, de las cuales 17 (60%) fueron apoyadas por el Imcine: 13 fueron respaldados por FIDECINE y 4 por FOPROCINE. Esto representó un aumento de más del doble de la producción realizada en 2002.

En ese año, las empresas productoras independientes participaron aproximadamente con 40% del total.

El costo promedio de la producción de películas mexicanas fue de 13.8 millones de pesos, 14% más que el costo promedio de 2002 (12 millones de pesos).

En la actualidad, para algunos cineastas, el formato digital es una gran oportunidad para producir un mayor número de películas, al respecto Marcel Sisniega, director de cine, opinó: "las autoridades gubernamentales y cinematográficas, deberían comprender que no sólo se hacen en México sino en todo el mundo en este tipo de formatos y deberían de apoyarlos para terminarlos en 35mm para su distribución y así elevar la producción y no solo remitirse a estrenar 7 en el año".⁵⁷ Por ejemplo, algunas películas mexicanas en formato digital han sobresalido, tal es el caso de *La canción del pulque*, documental de Everardo González, que fue grabada en formato digital mini DV y la post producción se realizó con un sistema donde los datos electrónicos se

⁵⁷ SÁNCHEZ Dávila, Carmen, El Heraldo, sección *Espectáculos*, 12/09/03, p.2.

Tabla 52. Películas mexicanas que se estrenaron en 2002

Película	Distribuidor	Estreno	N. Copias	Semanas	Asistentes RM (miles)	Ingresos RM (mills)	Director
El crimen del padre Amaro	Col/Tri	16/08/02	358	19	5233.5	161.97	Carlos Carrera
El tigre de Santa Julia	Videocine	27/09/02	307	12	2246.5	87.67	Alejandro Gamboa
Amar te duele	Videocine	08/11/02	265	8	2043.5	62.5	Fernando Sariñana
La habitación azul	Videocine	03/05/02	221	20	1972.05	58.63	Walter Doehner
Vivir mata	Fox	25/01/02	221	14	986.2	30.22	Nicolás Echeverría
Bendito infierno	Nuvisión	14/06/02	247	15	894.55	27.65	Agustín Díaz
Punto y aparte	Armagedon	04/10/02	154	10	419.11	11.84	Paco del Toro
Un mundo raro	Videocine	18/01/02	80	15	330.36	9.72	Amando Casas
Corazones rotos	Col/Tri	08/02/02	63	15	188.47	5.68	Rafael Montero
Ciudades oscuras	Nuvisión	20/09/02	51	12	131.86	4.01	Fernando Sariñana
¿De qué lado estás?	Videocine	05/04/02	120	10	125.7	3.67	Eva López Sánchez
La mujer del pueblo	Nuvisión	02/08/02	34	18	94.69	2.83	Dana Rotberg
En la mente del asesino	Nuvisión	13/12/02	17	3	23.22	0.81	Agustín Villaronga
Acosada	Col/Tri	20/12/02	20	2	19.11	0.73	Marcela Fernández Violante
El gavilán de la sierra	Videocine	01/03/02	20	23	17.16	0.48	Juan A. De La Riva
Las caras de la luna	Imcine	17/05/02	4	8	7.5	0.16	Guilia Achyfter
Segundo siglo	Nueva Era	17/05/02	4	4	3.27	0.12	Jorge Bolado
		Total	2,186	208	14,736.75	448.69	

Fuente: Elaboración propia con datos que se obtuvieron de diversas fuentes hemerográficas e Internet

convirtieron en fotogramas, luego se imprimió cuadro a cuadro en la película y se terminó en formato 35mm con el fin de que pudiera exhibirse en salas de cine.

Se realizaron cuatro coproducciones, destacando entre ellas: *Conejo en la luna*, de Jorge Ramírez, la cual tuvo un costo de 25.5 millones de pesos, una de las producciones más costosas del período, Ver tabla 53.

Altavista Films, una de las empresas productoras de reciente creación y de mayor producción durante los últimos cuatros años, redujo en este año parte de su producción, de acuerdo con Mónica Lozano, directora de la productora, esto se debió a que:

“El mercado nacional tiene un tamaño que todavía está en desarrollo y que no es suficiente para la recuperación de un 100% de una película. A partir de esto, más que obligarnos a un número de películas, que quizá se lea como una reducción el objetivo es mantener un nivel de calidad de producción a través de historias con una personalidad muy propia y a la vez universales, y por supuesto buscar condiciones de coproducción nacional e internacional, con colaboraciones con FIDECINE”.⁵⁸

En 2003 se estrenaron 279 películas en la Ciudad de México, 147 fueron estadounidenses y 25 mexicanas. Ver tabla 54.

Las compañías que distribuyeron más de la mitad de los títulos que se estrenaron en la Ciudad de México fueron: Arte cinema-Gussi, Buenavista International, Columbia y Videocine. El material mexicano fue distribuido como sigue: 24% por Videocine, 20% por Artecine – Gussi y 16% por Nuvisión. Ver tabla 55.

Gussi ha distribuido películas mexicanas con propuestas mucho más arriesgadas y novedosas, tales como *Cuentos de hadas para dormir cocodrilos*, *Japón*, *Sexo por compasión*, que es un cine rentable en pequeña escala, bajo una estrategia de lanzamiento y una inversión proporcional al posible mercado de las películas, según el director de la empresa Alejandro Lebríja.

Se estrenaron 25 películas, sin embargo, su desempeño en taquilla no fue tan satisfactorio como el del año anterior. *Ladies Night*, de Gabriela Tagliavini, fue la película más taquillera al recaudar poco más de 52 millones de pesos. Le siguió *Nicotina*, de Hugo Rodríguez, la cual se colocó en el lugar 17 de entre los 20 filmes más vistos.

⁵⁸ CIUK, Perla, NOTICINE, <http://www.noticine.com>, 19/05/05

Tabla 53. Películas mexicanas que se produjeron en 2003

Película	Productores	Costo (mills. pesos)	País	Director
Zapata *	Alfonso Arau	80.0	Nacional	Alfonso Arau
Conejo en la luna	Beanca Films / Imcine-Fidecine / Head Gear Films LTD / Ome G Producciones / Flas Producciones / New Art Group	25.3	Coproducción (MEX/UK/ALEM/ESP)	Jorge Ramirez
Matando cabos	Lemon Films / Fidecine	25.0	Nacional	Alejandro Solano
Un día sin mexicanos	Allavista Films / Videocine / Fidecine	24.0	Coproducción (MEX/EU/ESP)	Sergio Arau
Puños rosas	Videocine / Fidecine	22.0	Coproducción (MEX/ESP)	Beto Gómez
Ladies night *	Miravista (Filial De Walt Disney Co mpany Y Telefonica de España) / Televisa Cine / Argos Comunicaciones	16.0	Nacional	Gabriela Tagliavini
Corazón de melón	Chile Films / Fidecine	15.2	Nacional	Luis Vélez
Desnudos	Prods Galubi / Fidecine	15.0	Nacional	Enrique Gómez Badillo
Manos libres *	Tragaluz Producciones. / Imcine / Fidecine / ECHASA	14.7	Nacional	José Buil
Digna hasta el último aliento	Publicidad e imagen en movimiento / Felipe Cazals / Foprocine	14.0	Nacional	Felipe Cazals
Magos y gigantes *	Anima Estudios	12.0	Nacional	Coutorier/Spronts
Cero y van cuatro *	Videocine	10.0	Nacional	Varios
Club eutanasia	Hartos Indios / Fidecine	9.3	Nacional	Agustín Tapia
Temporada de patos	Fidecine	9.0	Nacional	Fernando Embocke
El mago	CUEC / Conaculta / Imcine-Foprocine	8.5	Nacional	Jaime Aparicio
La pasión de María Elena	Chango Films / Conaculta / Imcine / Universidad de Guadalajara	2.0	Nacional	Mercedes Moncada
Crónicas *	Producciones Anheló / Tequila Gang / Producciones Cabeza Hueca	1.1	Coproducción (MEX/ECUADOR)	Sebastián Cordero
Sobrevivientes *	Sobrevivientes Films / Conaculta / Fonca	1.0	Nacional	Jesús Magaña
No tuvo tiempo... *	Producciones Volcán / Ediciones Pentagrama / TV Metropolitana	0.8	Nacional	Rafael Montero

@festivercine.rom	Reelz Films / Imcine-Foprocine / Conaculta / Universidad Guadalupe	0.75	Nacional	Gabriel Retes
Mil nubes de paz . .	Cine y cooperativa cinematográfica Morelos / Conaculta / Imcine / Fonca / DGAC-UNAM / Fundación Mac Arthur-Rockefeller / Technikos Post / Titan Prods	0.5	Nacional	Julián Hernández
Santos diablos *	Héctor Álvarez	0.13	Nacional	Roberto Flores
Las lloronas *	Leyenda Films SA de CV	ND	Nacional	Lorena Villarreal
Adán y Eva (todavía)	Lunas / Foprocine	ND	Nacional	Iván Ávila
Recuerdos	Conaculta / Imcine / CCC / ECHASA	ND	Nacional	Marcela Arteaga
Canción del pulque	CCC / Fonca / Pedid	ND	Nacional	Everardo González
Mi casa es tu casa *	Centro de artes visuales para el entendimiento mundial / Secretaría de Cultura del Estado de Puebla / Universidad de las Américas / Fonca	ND	Nacional	Madéleine Bondy
La mudanza	Reelz Film / Laloca Films / Conaculta / Imcine	ND	Nacional	Gabriel Retes
Aire *	Zimcom-Zoc Films / Amv	ND	Nacional	Sergio Solares
	Costo promedio	13.8		

* Películas producidas con capital independiente

ND – Dato no disponible

Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de diversas fuentes hemerográficas y páginas de Internet

Tabla 54. Películas que se estrenaron en 2003

Pais	2003	%
Estados Unidos	147	52.7
México	25	9
Francia	11	4
España	10	3.6
Latinoamericanas	4	1.4
Otros países	18	6.4
Coproducciones	64	22.9
Total	279	100

Fuente: CANACINE

Tabla 55. Películas que se estrenaron por distribuidora en 2003

Distribuidor	Total estrenos	%	Total mexicanas	%
Artecinema/Gussi	37	13.3	5	20
BVI	37	13.3	1	4
Columbia	34	12.2	2	8
Videocine	29	10.39	6	24
Fox	29	10.4	3	12
U.I.P	27	9.7		
Arthaus	25	9		
Nuvision	18	6.4	4	16
Warner	12	4.3		
Zima	12	4.3		
Nueva Era	11	3.9		
Latina	3	1.1	1	4
Otras	3	1	1	4
Imcine	2	0.71	2	8
Total	279	100	25	100

Fuente: CANACINE

De los 25 estrenos de películas mexicanas se hicieron 3,027 copias, en promedio 121 copias por película que atrajeron 2,473 espectadores en promedio por título, lo que representó una disminución (64%) del número de espectadores de cine mexicano, respecto al año anterior.

Cabe señalar que algunas películas como *No tuvo tiempo (...)*, desde que inicio su producción tenían muy clara la estrategia de distribución que utilizaría. Rafael Montero, el director, señaló: "nunca se pensó en pasarlo a 35mm para su distribución en cines. El público de *Rockdrigo* siempre fue alternativo e independiente y es dueño de sus espacios. La exhibición será en foros pequeños y alternativos. Además, ya tiene una ventana de exhibición asegurada a través de canal 22, quien participó como coproductor."

Las películas extranjeras más taquilleras fueron: *Buscando a Nemo* con más de 198 millones de pesos, *X Men 2* con más de 145 millones, *Todopoderoso* con 143 millones y *Matriz recargado* con 133 millones de pesos a nivel nacional, todas estadounidenses.

Entre los acontecimientos más importantes durante el año 2003 se encuentran:

El FIDECINE apoyó el proyecto *Mi cine*, que consiste en llevar cine a aquellas regiones en las que no existe.

La Secretaría de Hacienda y Crédito Público entregó cerca de 36 millones de pesos, obtenidos de la recaudación del peso en taquilla de las pequeñas compañías distribuidoras que no se ampararon. Mientras los exhibidores aumentaron los precios de boleto de entrada de uno a cuatro pesos.

A finales de 2003, estuvo a punto de desaparecer el Imcine, ya que en el Proyecto de Presupuestos de Egresos de la Federación 2004 se hizo la inclusión del artículo segundo transitorio, en el que se proponía la desincorporación, en las modalidades de disolución, liquidación, extinción, fusión, enajenación de diversos organismos, en los que se encontraba el Imcine, los Estudios Churubusco y el CCC. Sin embargo, sólo fue una falsa alarma para la comunidad filmica, ya que el artículo fue suprimido y, por el contrario, el gobierno federal otorgó 150 millones de pesos dentro del presupuesto del Instituto para el apoyo de la producción cinematográfica de 2004.

Las películas apoyadas por el Imcine, FOPROCINE y FIDECINE obtuvieron un total de 51 premios y reconocimientos en festivales nacionales y 35 internacionales.

En 2004, el Imcine contaba con 150 millones de pesos del Presupuesto de Egresos de la Federación, de los cuales destinó 70 a cada uno de los fondos (FOPROCINE y FIDECINE) y 10 millones para el apoyo a la producción de cortometrajes. Además, de los 83 millones de pesos que no fueron impugnados del peso en taquilla, también se repartieron entre ambos fondos.

Asimismo, Imcine contó con un presupuesto de 75 millones que fueron utilizados para apoyar la producción de cintas de bajo costo, así como los programas de estímulos a creadores, exhibición y promoción cinematográfica y para posproducción y gastos de operación del Instituto.

Otro hecho que benefició al cine mexicano fue que el Congreso de la Unión autorizó la deducción fiscal de hasta 3% de ISR a cualquier persona física o moral que desee invertir en la industria cinematográfica. El monto total del estímulo no deberá exceder los 500 millones de pesos anuales. Los Comités Técnicos del FOPROCINE y FIDECINE serían los encargados de designar quiénes podrán ser merecedores de

dicho estímulo. Sin embargo, "son pocas las compañías que generan grandes impuestos por la vía del ISR, además de que éste se baja año con año. Por ejemplo, si una empresa quiere aportar 3 millones para la producción de una película, ésta tendría que haber causado ISR por más de \$105 millones de pesos y, para que esto sucediera, las ganancias de la empresa tendrían que superar los 330 millones anuales."⁵⁹

Se produjeron 36 películas de largometraje mexicanas, la cifra más alta de los últimos diez años, de las cuales 25 fueron apoyadas por el Estado (IMCINE, FIDECINE y FOPROCINE), mientras que por parte de la iniciativa privada se produjeron 11 películas.

El costo promedio de la producción de películas mexicanas aproximadamente fue de 19.6 millones de pesos, lo que representó un aumento de 42%, respecto al costo promedio de 2003 (13.8 millones de pesos).

Se realizaron cinco coproducciones, una más que el año anterior, entre las que destacó: *Voces inocentes*, de Luis Mandoki, la cual tuvo un costo de 33 millones de pesos, una de las producciones más costosas del período. Ver tabla 57.

En 2004 se estrenaron 18 películas, seis menos que en 2003, que fueron vistas por casi 8 millones de espectadores, y a la par del aumento en los precios se logró imponer un record: 164 millones de espectadores en el país.

A pesar de que no se exhibieron una gran cantidad de películas mexicanas, buena parte de éstas captaron grandes públicos, *Un día sin mexicanos*, *Matando cabos*, entre otros: la taquilla fue de 5 mil 460 millones de pesos; representó un aumento de 17% a comparación de 2003; buenas noticias después de que en 2003 sufrió una disminución de 3% con respecto a 2002.

La película mexicana más taquillera fue *Un día sin mexicanos*, de Alfonso Arau, que recaudó cerca de 67 millones de pesos en todo el país. Le siguió muy cerca *Matando Cabos* con 62 millones de pesos y en menor proporción Zapata con 40 millones de pesos, a pesar de haber sido una megaproducción mexicana. Ver tabla 58.

⁵⁹ UGALDE, "Panorama de la producción cinematográfica mundial", p. 54.

Tabla 56. Películas mexicanas que se estrenaron en 2003

Película	Distribución	Estreno	N. Copias	Semanas	Asistentes RM (miles)	Ingresos RM (mills)	Director
<i>Ladies night</i>	BVI	12/12/03	350		1327.2	52.2	Gabriela Tagliavini
Nicolina	Nuvisión	03/10/03	230	13	1325.2	44.5	Hugo Rodríguez
La hija del caníbal	Fox	17/01/03	320	12	1096.6	36.9	Antonio Serrano
Asesino en serio	Nuvisión	02/05/03	270	14	926	29.8	Antonio Urrutia
Dame tu cuerpo	Videocine	20/08/03	200	17	709	23.6	Rafael Montero
Sin ton ni Sonia	ColTri	13/06/03	357	9	523.6	17.1	Carlos Sama
Corazón de melón	Videocine	08/08/03	150	12	364.2	11.6	Luis Vélez
Magos y gigantes	Fox	21/11/03	288	7	267.9	8.2	Couturier/Sprints
El zurdo	Nuvisión	21/02/03	160	7	185.6	5.9	Carlos Salces
6 días en la oscuridad	Videocine	11/04/03	122	13	148.9	5	Gabriel Soriano
La tregua	Gussi	24/10/03	50	10	143.2	4.7	Alfonso Rosas Priego
Sexo por compasión	Gussi	07/02/03	41	19	134.8	4.4	Laura Mañé
Alex Lora esclavo del rock&rol	ColTri	18/04/03	200	8	88.9	2.5	Luis Kelly
Una de dos	Videocine	25/04/03	60	15	55.7	1.9	Marcel Sisniega
El misterio del trinidad	Videocine	24/10/03	45	9	42.6	1.4	José Luis Agraz
Japón	Gussi	04/04/03	13	18	30	1.1	Carlos Reygadas
Ya no los hacen como antes	Gussi	23/05/03	35	17	32.7	1	Fernando Pérez Gavilán
Volverás	Nuvisión	20/08/03	26	18	18.8	0.7	Antonio Chavarrías
Sofía	Fox	27/06/03	25	14	17.6	0.7	Alan Colón
Escrito en el cuerpo de la noche	Videocine	14/03/03	25	16	13.6	0.62	Jaime Humberto Hermosillo
Cuento de hadas para dormir (...)	Gussi	21/03/03	9	13	11.5	0.4	Ignacio Ortiz
Santos diablos	Espo	31/10/03	32	3	11.2	0.3	Roberto Flores
Vera	Imcine	18/05/03	5	5	2.7	0.09	Francisco Athié
Seres humanos	Imcine	18/07/03	7	4	2.5	0.07	Jorge Aguilera
El sueño del caimán	Latina	14/03/03	7	1	1.4	0.04	Beto Gómez
		Total	3,027	274	7 486.4	254.72	

Fuente: Elaboración propia con datos que se obtuvieron de diversas fuentes hemerográficas e Internet.

Tabla 57. Películas mexicanas que se produjeron en 2004

Películas	Productores	Costo (mills. pesos)	País	Director
Voces inocentes *	Altavista Films / Lawrence Bender Prods./Muvi Films / Organización Santo Domingo	33.0	Coproducción (MEX/P. RICO/EU)	Luis Mandoki
Rosario Tijeras	Rosario Forever / Fidecine	29.4	Coproducción (COLUMEX/ESP)	Emilio Maillé
Solo dios sabe	Sincronía Films / Fidecine	28.7	Coproducción (BRA/MEX)	Carlos Bolado
Batalla en el cielo	Imcine/The Coproduction Office/Mantarraya Producciones./No Dream Cinema/Société De Production De Films/Mackey Co./Fonds Sud/Tarantula	20.0	Coproducción (MEX/FR/ALE/BELG)	Carlos Reygadas
El malboro y el cucú	Argos / Videocine / Cinemex / Fidecine	18.3	Nacional	Javier Patrón
Santos peregrinos	Distribuidora de entretenimiento de cine / Fidecine	12.0	Nacional	Juan Carlos Carrasco
La sombra de Sahuaro *	La Plebe Films	8.0	Nacional	Rubén Barraza López
Las Buenrostro	Gabriela Reygadas / Foprocine	7.5	Nacional	Busi Cortés
Preguntas sin respuesta	TV Azteca / Imcine / Dirección de actividades cinematográficas de la UNAM	ND	Nacional	Rafael Montero
Atrás de las sombras	Óscar Ramírez / Imcine	ND	Nacional	Óscar Ramírez
La guerrilla y la esperanza: Lucio Cabañas	La Rabia Films / Imcine	ND	Nacional	Gerardo Tort
Muxhes: auténticas, intrépidas y buscadoras de peligro	Alejandra Islas / Foprocine	ND	Nacional	Alejandra Islas
Acme&co	Gregorio Rocha/Foprocine	ND	Nacional	Gregorio Rocha
Mezcal	Malayerba Producciones / Foprocine	ND	Nacional	Ignacio Ortiz
La niña en la piedra	Producciones Tragaluz / Foprocine	ND	Nacional	Maryse Sistach
El segundo piso	Media Luna Producciones / Foprocine	ND	Nacional	Juan Carlos Pérez Rulfo
Los cuentos de Rulfo	Roca Motion Control / Foprocine	ND	Nacional	Roberto Rochlin

Las vueltas del cítrillo	Serenísima Films / Foprocine	ND	Nacional	Felipe Cazals
El sábado secreto	Producciones Goldberg Lerner/Fcprocine	ND	Nacional	Daniel Golberg
Parejas	Septimo Sello / Fidecine	ND	Nacional	Enrique Arroyo
Imaginum	Anima Estudios / Fidecine	ND	Nacional	Alberto Mar E Isaac Sandoval
American visa	Producciones X Marca / Fidecine	ND	Nacional	Juan Carlos Valdivia
Condomes.com	Digital Real Fidelity / Darío Jiménez / Fidecine	ND	Nacional	Mario Abraham Mancilla
Al otro lado	Matatena Films / Fidecine	ND	Nacional	Gustavo Loza Jiménez
Corazón matchito	Rafael Jiménez Hernández / Fidecine	ND	Nacional	Eduardo Lucatero
Tres	Multiverse / Fidecine	ND	Nacional	Carlos Armando Valdivia
Ver, oír y callar	Bravo Cinema Corporation / Fidecine	ND	Nacional	Alberto Bravo
Gente común *	La Raza Dorada	ND	Nacional	José Carlos Gutiérrez
El cielo dividido *	Cooperativa Cinematográfica Morelos	ND	Nacional	Julián Hernández
La última noche *	Videocine	ND	Nacional	Alejandro Gamboa
Dos auroras *	Dirección de producción audiovisual de la Universidad de Guadalajara / Jaime Humberto Hermosillo / María Rojo	ND	Nacional	Jaime Humberto Hermosillo
Sangre joven *	Sangre Films	ND	Nacional	Rolando Reynoso
Ángeles, flores y fuentes *	Karma Films	ND	Nacional	Rodrigo Guzmán / Héctor y Francisco Rodríguez
Veritas, príncipe de la verdad *	Arturo Ruiz Esparza	ND	Coproducción (MEX/EU)	Arturo Ruiz Esparza
La leyenda del desierto *	Deweyarmy Films	ND	ND	Elyot M. Dewey
El edén *	Pablo Barbachano	ND	Nacional	Jaime Humberto Hermosillo
Costo promedio		19.6		

* Películas producidas con capital independiente

ND – Dato no disponible

Fuente: Elaboración propia con información obtenida de Imcine, de diversas fuentes hemerográficas y páginas de internet

Tabla 58. Películas mexicanas que se estrenaron en 2004

Película	Distribuidor	Estreno	No. Copias	Asistentes RM (miles)	Ingresos RM (mils)	Director
Un día sin mexicanos	Videocine	06/08/04	300	1975	66.7	Sergio Arau
Matando cabos	Videocine	16/07/04	300	1881.9	62	Alejandro Lozano
Zapata	Videocine	30/04/04		1201.2	40	Alfonso Arau
7 mujeres, un homosexual (...)	Fox	11/06/04		450.4	15	René Bueno
Las lloronas		23/04/04	110	420.4	14	Lorena Villarreal
Huapango	Vlady Realizadores	15/10/04	80	420.4	14	Íván Lipkies
Temporada de patos	Gussi	22/10/04	60	240.2	8	Fernando Eimbcke
			Total	6,569.5	219.7	

Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos en distintas fuentes hemerográficas y páginas de internet.

Nota: De las 11 películas restantes que se estrenaron en 2004 no se obtuvieron datos del número de espectadores e ingresos, por lo que parte de la información de éstas se encuentra en el anexo 1, cuadro 4.

Las películas extranjeras más taquilleras a nivel nacional, según CANACINE, fueron *Shrek 2* que recaudó 316 millones de pesos, le siguió *El hombre araña* con 230 millones, *Un día después de mañana* con 216 millones, *La pasión de cristo* con 208 millones y *Troya* con 173 millones de pesos, todas estadounidenses.

Según Víctor Ugalde, de los tres años que lleva funcionando el FIDECINE, 2004 fue el mejor de todos, al crecer en tres de las etapas del proceso filmico. Se registró un incremento de 15% en la asistencia de espectadores en las películas apoyadas por el propio fondo respecto a 2003 al pasar de 739 mil 223 asistentes a 845 mil 451 asistentes en 2004.

En noviembre, México y Estados Unidos firmaron la Declaración de Santa Mónica, en la cual la MPA se compromete a reformar la legislación estadounidense para apoyar el cine mexicano, su producción en México y su distribución en Estados Unidos. Sin embargo, es sólo una declaración que obliga sólo moralmente.

El cine mexicano apoyado por el Estado participó en 212 festivales y ganaron 11 premios internacionales.

2005, quizás, sea un buen año para la industria cinematográfica, dado que se otorgaron 70 millones para el Foprocine y otros tantos para el Fidecine, así como 68 millones para gastos de administración del Imcine. Asimismo, se espera contar con los recursos que los productores podrán reunir gracias al nuevo estímulo fiscal aprobado

por el Congreso consistente en donaciones deducibles hasta por un 3% del ISR con el fin de seguir produciendo más películas.

Por parte del sector de la producción, se espera que el nivel aumente respecto años anteriores. Dado que Warner Pictures México comenzará a producir películas mexicanas, ya que apoyará la filmación de 15 películas en los próximos cinco años. La primera de ella es *Radicales libres*, de Issa López, la cual se suma a las películas que la empresa había apoyado antes económicamente (*La segunda noche* y *La última noche*) y que ahora lo harán de manera sistemática. Mientras que el CUEC producirá *La vida inmune*, de Ramón Cervantes, cuarta ópera prima del Centro.

Se prevé que las ventas de la industria crezcan 5% y las exhibidoras cinematográficas mantengan sus inversiones. Según datos de CANACINE, actualmente, en el país existen 3 mil 242 salas, siendo líder Cinepolis, de Alejandro Ramírez, que cuenta con 31% de las pantallas; le sigue Multimédios, de Francisco González, con 19%; y 50% se lo disputan Cinemex, de Miguel Ángel Dávila, Cinemark, de Roberto Jenkins y otras de menor presencia.

CAPÍTULO IV CONSUMO Y PREFERENCIAS DEL ESPECTADOR DE CINE EN EL DISTRITO FEDERAL

4.1 El ritual de ir al cine

Ir al cine, solo o acompañado, es una práctica que implica optar por uno de los espectáculos más populares que data de poco más de cien años de existencia. Además, es uno de los medios de entretenimiento que compite abiertamente con otros como la televisión, el video, el teatro, la lectura. Sin embargo, a diferencia de éstos, acudir al cine "significa poner en marcha simultáneamente diversos procesos simbólicos e imaginarios, a la vez íntimos y colectivos: la apuesta ideológica al elegir una película; la emoción expectante de las luces que se apagan; la absorción temporal de nuestra identidad a partir de la pantalla, y la experiencia de volver, poco a poco, al mundo irreal, ese simulacro que está fuera de la sala de proyección".⁶⁰

La forma de ver cine ha cambiado significativamente en el transcurso de los años. Por ejemplo, a mediados del siglo XX, ver una película sólo era posible hacerlo en las grandes y suntuosas salas de cine existentes, pero gracias al avance de la tecnología ahora es también posible verlas en televisión, señal abierta o restringida, en formato DVD o a través de Internet. "Las visiones apocalípticas sobre la cercana muerte del cine —primero a manos de la televisión y posteriormente del video— pueden ser relativizadas no sólo por la constatación de que el público ve más películas que antes, aunque sea en mayor medida a través de medios electrónicos, sino también por el hecho de que se han multiplicado los canales de salida para los largometrajes."⁶¹

Como se ha visto en los capítulos anteriores, los datos acerca de la exhibición en México proporcionan un marco de referencia sobre la evolución de las preferencias de la oferta cinematográfica en general, destacando que al público mexicano le gustan las películas extranjeras, principalmente hollywoodenses.⁶²

⁶⁰ ZAVALA Alvarado, Lauro, La mirada múltiple: acerca del espectador de cine en VEGA Alfaro, Eduardo de la, Enrique Sánchez Ruiz, *Bye, Bye, Lumière... Investigación sobre cine en México*, México, Comunicación y Sociedad, serie Cuadernos, 1994, p.133.

⁶¹ ROSAS Mantecón, Ana, "Una mirada antropológica al público de cine" en *El cotidiano*, México, Número 68, marzo-abril de 1995, p.1.

⁶² ROBLEDO Castillo, Diana, Alanís Narváez, Dafne, et. al., *Oferta cinematográfica en el continente americano*, Hiper-textos, Número 8, <http://hiper-textos.mty.itesm.mx/mainframe-5.htm>, 28/07/04.

La estética de Hollywood planeada para que se consuma en todo el mundo, adopta convenciones —formadas por patrones socioculturales bien definidos, poseen un argumento simple, protagonistas con rasgos bien diferenciados en su apariencia y comportamientos (buenos vs. malos), hacen referencia a sentimientos propios de la clase media, cuentan historias emocionales con finales felices, afecciones claras, simples y previsibles (risa, llanto), presentan una obsesión por la belleza y pretenden transmitir esperanza y optimismo— que satisfacen diferentes audiencias con diversos intereses.

La oferta cinematográfica actual responde a intereses comerciales, principalmente de distribuidores y exhibidores, por lo que se restringe la exhibición en salas de las arriesgadas producciones nacionales (a pesar de que algunas de éstas han respondido favorablemente en taquilla) y se comprometen más a las producciones extranjeras, primordialmente norteamericanas, dado que éstas no representan ninguna pérdida para los distribuidores y exhibidores, ya que han sido amortizadas en su país de origen, lo que representa en primer instancia una garantía.

Robledo lo resume de la siguiente forma: "las fuerzas del mercado nos están situando como meros consumidores. De haber sido productores y exportadores de producciones filmicas nuestra posición actual, se ha reducido a la reproducción de generación a generación de un público extenso y cautivo del cine-mundo estadounidense".⁶³

En los últimos cinco años, algunos filmes nacionales han mostrado que sí se puede generar el interés y la asistencia a las salas cinematográficas: *Sexo, pudor y lágrimas*, *El crimen del padre Amaro*, *Y tu mamá también* o *Amores perros*, a todas han asistido más de 3 millones de personas en el país; a pesar de que se han interesado en su distribución empresas como Fox y Columbia, son pocos los éxitos y más los fracasos.

Cabe señalar que no solo la oferta cinematográfica ha evolucionado, sino también su público, ya que hay marcadas diferencias con respecto al perfil del público que ve cine en las salas de exhibición como el que lo hace a través de las videocaseteras, en reproductores de DVD y en la televisión. En este comportamiento

⁶³ ROBLEDO, *op. cit.*, p. 1.

influyen diversos factores: nivel socioeconómico, edad, educación, ubicación geográfica del tipo de cine, temática de cada película. Dichos factores contribuyen a que el público asuma ciertas actitudes que van desde la contemplación absorta hasta la diversión festiva y social.⁶⁴

Analizar los gustos y necesidades que han desarrollado, y siguen desarrollando, los públicos de cine en México sirve para conocer la oferta y demanda de cine nacional y mundial que impera en las salas cinematográficas actualmente. Sin embargo, pocos han sido los estudios que se han realizado acerca de los públicos de cine.⁶⁵

4.2 En busca del público perdido

Si el cine mexicano se exhibe bajo los mismos esquemas de comercialización que las películas extranjeras, habría que preguntarse: ¿a qué obedece el hecho de que en el año 2002 se programaran en la República Mexicana 64,975 funciones⁶⁶ de las cuales, 9% fueron mexicanas y 91% extranjeras, de estas últimas 90% eran estadounidenses y el resto de otros países y/o coproducción? Específicamente en el Distrito Federal se exhibieron 14,238 películas en total, 10% fueron mexicanas y 90% extranjeras, de estas últimas, 78% eran estadounidenses y 22% de otros países y/o coproducción.

Estos datos llevan a otra pregunta: ¿qué determina la preferencia del público por la oferta cinematográfica?

Si bien este problema se planteó en el origen de esta investigación y se ha analizado a partir de la información documental, en esta parte de la tesis se plantea la necesidad de realizar una investigación de campo, a través de entrevistas personalizadas a jóvenes que acuden a los cines del Distrito Federal.

⁶⁴ Para Rosas "Ubicar la práctica de ver una película como una forma de consumo cultural, nos permitirá reconocer el papel del cine mexicano en la conformación de la identidad nacional y personal de los públicos. Como ha apuntado Carlos Monsiváis, entre otros, el cine es un proceso sociocultural que no se agota en los filmes. Los de la Época de oro, por ejemplo, fueron un pretexto para desplegar la sociabilidad y al mismo tiempo ayudaron a entender los cambios de la vida agraria y las nuevas formas de expresar los sentimientos de la ciudad" Cfr. MANTECÓN, *op. cit.* p. 15.

⁶⁵ Por mencionar algunos: GARCÍA Canclini (coord.), *Los nuevos espectadores. Cine, Televisión y video en México*, México, Imcine / Conaculta, 1994. Carlos Monsiváis y Carlos Bonfil, *A través del espejo. El cine mexicano y su público*, México, El Milagro / Instituto Mexicano de Cinematografía, 1994. ROSAS, *op. cit.*

⁶⁶ INEGI, Estadísticas de Cultura, México, <http://www.INEGI.gov.mx/est/?c=2394>, 08/01/05.

Una de las inquietudes que contribuyeron de manera determinante para realizar esta investigación fueron los datos cuantitativos, poco alentadores, que se han venido presentado en capítulos anteriores sobre la industria cinematográfica. Los objetivos de esta investigación son:

- Identificar los factores que influyen en la decisión de los espectadores para asistir a ver una película en las salas cinematográficas con el propósito de conocer gustos y preferencias de los diferentes segmentos del público joven.
- Describir los hábitos que tiene el público joven que asiste al cine de acuerdo a la oferta cinematográfica del Distrito Federal para conocer el perfil actual de este segmento de mercado.

Al enfrentarse la producción cinematográfica nacional a un proceso de contracción y de concentración en unas cuantas empresas, tanto de la producción como de la distribución y exhibición, provoca que la recuperación de la inversión se vea obstaculizada y por lo tanto favorezca a una mayor subordinación al mercado mundial, dominado por la industria cultural más poderosa del mundo, la de Estados Unidos de América,⁶⁷ por lo que el cine mexicano está condicionado a la disponibilidad de recursos económicos, a los hábitos culturales y a la administración del tiempo libre de los diferentes sectores de la población.⁶⁸

Las empresas productoras y distribuidoras de cine mexicano al desconocer o carecer de información acerca del perfil del público que asiste al cine en la actualidad impide que éstos puedan implementar estrategias que contribuyan al posicionamiento del cine mexicano en los gustos y hábitos de los espectadores, por lo que el público de cine tendrá mayor preferencia por aquellas películas que dominan la cartelera cinematográfica, principalmente hollywoodenses.

Se determinó sólo realizar la investigación en las salas de cine, porque a partir del éxito o fracaso que tenga una película durante su exhibición comercial en este canal

⁶⁷ SÁNCHEZ Ruiz, Enrique, *Cine y Globalización*, México, Universidad de Guadalajara, Comunicación y Sociedad, número 363, 1998, p. 57.

⁶⁸ Para profundizar en el tema se puede consultar: GARCÍA Canclini, Néstor, *op. cit.* p. 165.

influirá de forma determinante para que ésta pueda ser exhibida en las otras "ventanas"⁶⁹ que tienen los productores como alternativas para dar salida a su material.

En los últimos años, el sector de la exhibición ha mostrado dinamismo por la inversión que algunas empresas han venido realizando por lo que se ha aumentado el número de salas de cine, las cuales se han equipado mejor y, por lo tanto, presentan una amplia oferta cinematográfica. Sin embargo, la oferta cinematográfica está concentrada en las grandes ciudades del país y el Distrito Federal no es la excepción.

La diversidad de públicos que asisten al cine se define por la zona en la que se encuentra cada complejo cinematográfico y por sus características. García Canclini lo señala con claridad: "el conocimiento del cine mediante la asistencia a salas es una posibilidad distribuida en forma muy desigual según la zona de la ciudad que se habite. La extraordinaria expansión territorial que produjo el crecimiento demográfico de 1940 a la actualidad en el Distrito Federal no fue acompañada por un incremento equivalente de los cines ni de otros equipamientos culturales "tradicionales" (teatros, salas de concierto)".⁷⁰

Las delegaciones céntricas cuentan con un número considerable de complejos cinematográficos siendo representativas las delegaciones Cuauhtémoc y Coyoacán con diez y nueve cines respectivamente. La delegación Coyoacán cuenta con un mayor número de salas y una programación para cinéfilos (Cineteca Nacional, Centro Cultural Universitario y otros cine clubes). Sin embargo, en las delegaciones periféricas, los cines escasean: Azcapotzalco, Cuajimalpa, Magdalena Contreras y Xochimilco sólo tienen un cine, en tanto Iztacalco, Milpa Alta, Venustiano Carranza y Tláhuac ninguno.

La centralización de la oferta cinematográfica en el Distrito Federal ha favorecido a la multiplicación de los cines integrados a centros comerciales, fenómeno que puede vincularse con la tendencia, cada vez más acendrada, a desplazar el uso del espacio público para fines de paseo, por el acceso a grandes almacenes de ventas.⁷¹ Ver tabla 59.

⁶⁹ Se le denomina así a las otras formas en que se puede comercializar una película: reproducción en DVD y/o video, televisión abierta o restringida e Internet.

⁷⁰ GARCÍA Canclini, Néstor, *op. cit.*, p. 163.

⁷¹ *Ibid.*, p. 164.

Tabla 59. Distribución de cines por delegación en el Distrito Federal

Cadena	Cinemex	Cinepólls	Cinemark	Cine club	Gabal	INTC	Lumiére	INDM	Otros	Total
Álvarez	3	-	1	1	-	-	-	-	-	5
Obregón	-	1	-	-	-	-	-	-	-	1
Azacapatzalco	-	1	-	-	-	-	-	-	-	1
Benito Juárez	3	2	-	-	1	-	-	-	1	7
Coyoacán	1	2	2	2	1	-	1	-	-	9
Cuauhtémoc	5	3	-	-	-	-	2	-	-	10
Cuajimalpa	1	-	-	-	-	-	-	-	-	1
Gustavo A. Madero	4	3	-	-	-	-	-	-	-	7
Iztacalco	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Iztapalapa	2	2	2	-	-	1	-	-	1	8
Magdalena	-	-	-	-	-	-	-	-	1	1
Contreras	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Miguel Hidalgo	3	1	2	-	-	-	-	-	1	7
Milpa Alta	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Tlahuac	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Tlalpan	2	-	-	-	-	-	-	1	1	4
Venustiano Carranza	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Xochimilco	-	-	-	-	-	-	-	1	-	1
Total	24	14	7	3	2	1	3	2	5	61

Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos en la revista *Tiempo libre*, sección Cine, México, D. F., del 13 al 19 de enero de 2005, xxv, 1288, 2005, pp. 4 - 18; y el periódico *El Universal*, Cine en Cineguía, México, 16 de enero de 2005, <http://www.eluniversal.com.mx>, 17 de enero de 2005, 20:35, e14 - 15.

Para la realización de este estudio se consideró como universo el número de habitantes que viven en el Distrito Federal, según el Censo de población del año 2000, habitan 8,605,239 personas⁷², se seleccionará como población a los jóvenes, ya que estudios anteriores han demostrado que son quienes asisten más a las salas de cine, "el promedio de edad del cinéfilo es de 24 años por lo que se infiere que la declinación en la asistencia al cine aumenta con la edad".⁷³

Así la población joven que vive en el D. F. considera a hombres y mujeres de 15 a 29 años; los datos censales suman 3,202,805, de los cuales los hombres representan 48 y las mujeres 52 por ciento. Ver tabla 60.

⁷² INEGI, *op. cit.*

⁷³ El de fecha más reciente fue: GARCÍA Canclini, Néstor, *El consumo cultural en México*, México: CONACULTA, 1993.

Tabla 60. Población joven que vive en el D. F.

Edad	Total	Hombres	Mujeres
15 – 19	798 349	390 049	408 300
20 – 24	832 517	400 924	431 593
25 – 29	840 487	403 311	437 176
Total	2,471,353	1,194,284	1,277,069

El tamaño de la muestra se determinó con base en la siguiente fórmula:

$$N = \frac{\sigma^2 pq}{e^2} \quad \text{donde:}$$

σ es el nivel de confianza

pq se refiere a la probabilidad de ocurrencia del fenómeno estudiado

e es el error máximo permisible

Para el estudio se tomaron los siguientes datos:

Nivel de confianza (σ): 95 por ciento (equivalente a 1.96 en áreas bajo la curva normal).

Nivel de error (e): 5 por ciento (.05)

$p = 0.5$ y $q = 0.5$ Dado que no sabemos como se comporta p y q y para obtener el tamaño óptimo de la muestra se eligieron valores para cada una de 0.5.

Sustituyendo valores en la fórmula anterior tenemos:

$$n = \frac{(1.96)^2 (.5)(.5)}{(.05)^2}$$

$n = 384$

La técnica de investigación consistió en entrevistar, a través de un cuestionario, a hombres y mujeres de entre 15 y 29 años a la entrada o salida de las salas de cine de los complejos cinematográficos seleccionados para el estudio durante los meses de marzo y abril de 2005 en días hábiles y fines de semana en distintos horarios. Ver anexo 2 y 3.

El tamaño de la muestra fue 384, pero se agregaron 12 casos más (396) con el propósito de entrevistar a un mayor número de mujeres y corroborar que éstas asisten

con menor frecuencia que los hombres, ya que en otros estudios se ha observado tal fenómeno.⁷⁴

Se utilizó el muestreo no probabilístico por cuotas con controles independientes; las variables de control fueron: género, edad y cines por delegación. Por lo tanto, se entrevistaron a cinco personas de género masculino y a seis de género femenino que correspondieran a cada grupo de edades previamente establecidas y a cada complejo cinematográfico del Distrito Federal seleccionado para realizar el estudio.

Para la selección de los cines en donde se aplicaron las entrevistas, se tomó en cuenta el nivel económico de las delegaciones del Distrito Federal de acuerdo al precio promedio de entrada del total de los cines por cada delegación.⁷⁵

Por lo tanto, las delegaciones Álvaro Obregón, Benito Juárez, Coyoacán, Cuajimalpa, Cuauhtémoc y Miguel Hidalgo se considera que tienen un nivel económico medio alto y alto, ya que el precio de entrada promedio a los cines fue de \$41.5 pesos.

Las delegaciones consideradas de nivel económico medio bajo y bajo son: Azcapotzalco, Gustavo A. Madero, Iztapalapa, Magdalena Contreras, Tlalpan y Xochimilco, dado que el precio de entrada promedio a los cines fue de \$31.2 pesos.

Por la agrupación de la muestra se dividió (396) entre el número de cines seleccionados de forma aleatoria, por lo que se aplicaron 33 cuestionarios en cada complejo cinematográfico. Las entrevistas se aplicaron como se muestra en la tabla 61.

A través de estas aproximaciones metodológicas se intentó averiguar los hábitos y gustos cinematográficos de los jóvenes, así como la valoración que tienen de las películas extranjeras y nacionales.

⁷⁴ GARCÍA Canclini, Nestor, *El consumo cultural en México*, p. 180.

⁷⁵ Existen 498 salas que exhiben cine comercial y 11 salas de cine de difusión cultural en el Distrito Federal. De estos últimos, 9 son cineclubes, pero su nivel asistencia de espectadores es mínima y sus proyecciones son en formato VHS y DVD.

Tabla 61. Cines representativos por delegación y cadena cinematográfica del Distrito Federal.

Delegación	Cadena	Cines	Nivel económico	Plaza	15 - 19 años		20 - 24 años		25 - 29 años		Total
					Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	
Álvaro Obregón	Cinemark	Pedregal	MA - A	Independiente	5	6	5	6	5	6	33
Azcapotzalco	Ramírez	Azcapotzalco	MB - B	Independiente	5	6	5	6	5	6	33
Benito Juárez	Gabal	Continetel	MA - A	Independiente	5	6	5	6	5	6	33
Coyoacán	Cineclub	Cineteca Nacional	MA - A	Independiente	5	6	5	6	5	6	33
Cuauhtémoc	Lumière	Reforma	MA - A	Independiente	5	6	5	6	5	6	33
Cuajimalpa	Cinemex	Santa Fe	MA - A	Comercial	5	6	5	6	5	6	33
Gustavo A. Madero	Ramírez	MC Torres	MB - B	Independiente	5	6	5	6	5	6	33
Iztapalapa	Guelatao	Guelatao	MB - B	Comercial	5	6	5	6	5	6	33
Magdalena Contreras	Metropolis	Linterna mágica	MB - B	Independiente	5	6	5	6	5	6	33
Miguel Hidalgo	Cinemex	Polanco	MA - A	Comercial	5	6	5	6	5	6	33
Tlalpan	Pedregal	Pedregal Lago	MB - B	Comercial	5	6	5	6	5	6	33
Xochimilco	Xochimilco	Xochimilco	MB - B	Independiente	5	6	5	6	5	6	33
Total					60	72	60	72	60	72	396

Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos del cuadro 1 en el anexo 1.

MA - A Nivel económico medio alto - alto

MB - B Nivel económico medio bajo - bajo

4. 2. 1 Perfil del público joven que asiste a las salas de cine del Distrito Federal

El aumento de salas en toda la república mexicana, así como en el Distrito Federal, puede hacernos creer que ha aumentado el número de asistentes a las salas de cine, sin embargo, en opinión de Ugalde: "la saturación y repetición de temas y propuestas filmicas, además del alto costo del precio del boleto, impide que el crecimiento de los espectadores sea directamente proporcional al de las pantallas. Esto margina a más de 80% de los mexicanos, lo cual se comprueba con los resultados de 2004, cuando la asistencia semanal fue de 919 espectadores por pantalla, es decir 127 consumidores por día, lo que equivaldría a 21 espectadores por función."⁷⁶

Aunado a lo anterior, el perfil del espectador de cine ha sufrido modificaciones a través de los años, ya que asistir al cine en la actualidad es ciertamente restrictivo para varios sectores de la sociedad. Tal fenómeno se observó a través de los resultados obtenidos del estudio del público joven que asiste a las salas de cine del Distrito Federal.

A partir de aquí, nos referiremos al anexo 4 para la consulta de los cuadros que contienen información y datos concernientes a los resultados obtenidos de la investigación de campo.

En cuanto al género de los entrevistados, 54% fueron mujeres y 46% hombres, los cuales fueron determinados desde el planteamiento de la investigación. Ver cuadro 1 y 2.

Es importante mencionar que un sector importante de los entrevistados provino del Estado de México (21%), Iztapalapa (14%) y Tlalpan (10%), a pesar de que las entrevistas se realizaron en doce de los diferentes complejos cinematográficos que pertenecían a cada una de las delegaciones del Distrito Federal de las que se tenía información de la existencia de salas de cines. Ver cuadro 3.

Asistir al cine parece tener relación directa con el nivel de escolaridad, si tomamos en cuenta que 56% de los entrevistados tenían estudios de preparatoria y 36% de licenciatura. Ver cuadro 4.

⁷⁶ UGALDE, "Panorama de la producción cinematográfica nacional", p. 57.

Sobresalen como principales ocupaciones la de estudiante (72%) y empleado (18%). Sin embargo, por parte de académicos, obreros, empresarios así como profesionistas hubo una escasa asistencia (10%). Ver cuadro 5.

De acuerdo a los resultados obtenidos de la investigación, las personas que acostumbran acudir al cine de forma regular (desde una vez al mes hasta una vez a la quincena) representaron 43% del total, además de que es una práctica que realizan con mayor frecuencia los hombres (52%) que las mujeres (36%).

Acuden al cine de manera esporádica 46% (desde una vez cada seis meses hasta una vez cada dos meses) en el caso de las mujeres 54% y hombres 37%. Como se puede observar en la tabla 62, a mayor frecuencia de asistencia al cine, disminuye el número de espectadores.

Se podría decir que la declinación en la asistencia al cine aumenta con la edad, por ejemplo, en el caso de las mujeres entrevistadas más jóvenes (15 y 19 años) asisten con mayor frecuencia que las mujeres de mayor edad (25-29 años). En lo que respecta a hombres, los niveles de asistencia se mantienen de forma constante en los tres grupos de edad.

Tabla 62. Frecuencia de asistencia de acuerdo a grupos de edad y género

Grupos edad	Género	Mas una vez semana	Una vez semana	Una vez quincena	Una vez mes	Una vez cada dos meses	Una vez cada seis meses	Total
15-19 años	Femenino	1	2	15	13	35	6	72
	Masculino	1	3	16	13	21	6	60
	Subtotal	2	5	31	26	56	12	132
20-24 años	Femenino		9	10	17	32	4	72
	Masculino	1	9	19	14	12	5	60
	Subtotal	1	18	29	31	44	9	132
25-29 años	Femenino		10	15	8	30	9	72
	Masculino		6	12	19	15	8	60
	Subtotal		16	27	27	45	17	132
Total		3	39	87	84	145	38	396

La ocupación principal de quienes acuden al cine de forma regular son: 31%, estudiantes; 7%, empleados; 4%, profesionistas y 2.5% empresarios y académicos. Mientras los que acuden al cine de forma esporádica, 34% son estudiantes, 9% empleados y 3% empresarios, profesionistas y obreros.

Tabla 63. Frecuencia de asistencia de acuerdo a género y ocupación

Ocupación	Mas una vez semana	Una vez semana	Una vez quincena	Una vez mes	Una vez cada dos meses	Una vez cada seis meses	Total
M u j e r e s			2				2
Empleado		5	4	6	12	5	32
Empresario			1	2	1		4
Estudiante	1	13	28	30	80	14	166
Profesionista		3	5		4		12
Subtotal	1	21	40	38	97	19	216
H o m b r e s							
Empleado		3	9	8	12	6	38
Empresario			4		4		8
Estudiante	2	11	31	32	29	13	118
Obrero					2		2
Profesionista		4	3	6	1		14
Subtotal	2	18	47	46	48	19	180
Total	3	39	87	84	145	38	180

Acerca de las causas por las que los entrevistados acuden al cine una vez a la quincena, 10% del total mencionó que era para divertirse, por gusto y/o *hobbie*; 14% dijo que asistía al cine con esa frecuencia por falta de dinero y tiempo, de lo contrario, asistiría más. Conforme disminuye el nivel de frecuencia entre los asistentes, aumenta el número de personas que confirman que la falta de dinero y tiempo es la causa principal por la que asisten al cine de forma esporádica, 25% se pronunció a favor de esta causa. Además, 6% dijo como causa secundaria que el acudir al cine no era una practica de su interés, ya que prefiere otras actividades. Ver tabla 64 .

También se les preguntó a los entrevistados por la última película que vieron en el cine con el propósito de conocer si persistía en su memoria alguna película mexicana. Los resultados fueron interesantes: de 93 películas mencionadas, 15 fueron mexicanas o coproducción con participación mexicana. Sin embargo, sólo una película fue la que tuvo más menciones: *La última noche*, de Alejandro Gamboa, con diez menciones, le siguió *Voces inocentes*, de Luis Mandoki, con nueve y con cuatro menciones *Cero y van cuatro*. Mientras que por parte de las películas extranjeras, *El aro 2* y *Constantine*, tuvieron 29 y 24 menciones respectivamente. No obstante, 9% del total dijo no recordar el titulo de la última película que vieron. Ver cuadro 6.

Tabla 64. Frecuencia de asistencia de acuerdo a las causas por las que asiste al cine

Causas	Más de una vez semana	Una vez semana	Una vez quincena	Una vez mes	Una vez cada dos meses	Una vez cada seis meses	Total
Falta de dinero y tiempo		1	24	33	77	21	156
Por diversión, gusto y/o <i>hobbie</i>	3	29	40	23	10		105
Faltan películas interesantes			1	7	13	2	23
Convivencia con amigos, familia y/o pareja		2	3		5		10
Es caro ir al cine			1	4	9		14
Por trabajo y/o estudios		2	1		1	1	5
No es de su interés, prefiere otras actividades				9	16	7	32
Por las películas de estreno			11	2	5	2	20
Prefiere verlas en casa			2	3	2	2	9
Depende si tiene acompañante		3	3	3	7	3	19
Promociones y/o descuentos		2	1				3
Total	3	39	87	84	145	38	396

Al preguntarles cuándo preferían asistir al cine, 39% del total dijo que era indistinto el día que asiste al cine, es decir, "le daba igual" ir entre semana o fines de semana, sin embargo, 62% acude al cine de forma esporádica. Por el contrario, 32% prefiere los fines de semana, ya que dispone de más tiempo libre en sus días de descanso, además de que 42% acude al cine de forma regular. El resto de los entrevistados prefiere ir al cine entre semana (28%); poco más de la mitad (51%) asiste al cine de forma regular y la principal causa por la que acuden es porque hay menor afluencia y, por lo tanto, es más tranquilo y cómodo. Ver tabla 65.

Del total de entrevistados, prácticamente todos acostumbran ir acompañados al cine, sin embargo, en el caso de las mujeres este porcentaje se incrementa a (97%) y el de los hombres se reduce ligeramente (95%). Quienes acostumbran asistir solos (4%), la mayoría son hombres de entre 20 y 24 años, estudiantes de nivel licenciatura o preparatoria y acostumbran asistir de forma regular. Ver tabla 66 y 67.

De la muestra entrevistada, 35% asiste con mayor frecuencia a un cine en particular, 44% de los casos se trata de personas que tienen entre 25 y 29 años, por lo que puede decirse que a mayor edad hay mayor fidelidad o preferencia por un cine en particular. Ver cuadros 7-11.

Tabla 65. Frecuencia de asistencia de acuerdo a los días en que prefiere ir al cine

Causas	Asistencia	Mas una vez semana	Una vez semana	Una vez quincena	Una vez mes	Una vez cada dos meses	Una vez cada seis meses	Total
Le da igual, es indiferente el día	Entre semana			1				1
	Indistinto	1	3	6	11	29	11	61
	Subtotal	1	3	7	11	29	11	62
Hay menos gente, es más tranquilo y cómodo	Entre semana	2	10	27	12	20	5	76
	Fin de semana		2	1	1	1	1	6
	Indistinto			1	2			3
	Subtotal	2	12	29	15	21	6	85
Tiene más tiempo libre y/o son días de descanso	Entre semana			2	4	2		8
	Fin de semana		10	16	26	39	11	102
	Indistinto		5	8	9	18	1	41
	Subtotal		15	26	39	59	12	151
Es improvisado, espontáneo	Fin de semana			2		2		4
	Indistinto		1	5	7	11	1	25
	Subtotal		1	7	7	13	1	29
	Entre semana			3	4	12	1	20
Promociones y descuentos	Indistinto			1				1
	Subtotal			4	4	12	1	21
	Entre semana		1	3			1	5
Tiene otras actividades en otros días	Fin de semana			1	2	3		6
	Indistinto		2	1	2	1		6
	Subtotal		3	5	4	4	1	17
	Fin de semana					2		2
Depende de su(s) acompañante(s)	Indistinto					3	1	4
	Subtotal					5	1	6
	Fin de semana			1	2	2		5
Depende de su estado de ánimo	Indistinto			2			3	5
	Subtotal			3	2	2	3	10
	Entre semana				1			1
Lo importante es ver las películas, especialmente de estreno	Fin de semana		1	1				2
	Indistinto		4	5	1		2	12
	Subtotal		5	6	2		2	15
	Total		7	39	87	84	145	38

Los cines con mayores menciones en el 51% de los casos pertenecían a la cadena de Cinemex, 19% a Cinépolis, 15% Cinemark y 15% a Cineteca y el CCU, Metrópolis y otras cadenas. Ver tabla 68 y gráfico 1.

A pesar de que 65% del total dijo no asistir a un cine en particular con mayor frecuencia, 99% mencionó su inclinación por una cadena de cine en especial. Ver tabla 69 y cuadro 12.

Tabla 66. Asiste solo o acompañado al cine según grupo de edad y género

Grupo de edad	Género	Solo	Acompañado	Total
15-19 años	Femenino		72	72
	Masculino		60	60
	Subtotal		132	132
20-24 años	Femenino	4	68	72
	Masculino	6	54	60
	Subtotal	10	122	132
25-29 años	Femenino	2	70	72
	Masculino	3	57	60
	Subtotal	5	127	132
Total		15	381	396

Tabla 67. Asiste sólo o acompañado según ocupación y nivel de estudios

Ocupación	Nivel de estudios	Solo	Acompañado	Total
Académico	Licenciatura		2	2
	Subtotal		2	2
Empleado	Licenciatura		5	5
	Preparatoria		49	49
	Secundaria		16	16
	Subtotal		70	70
Empresario	Licenciatura		1	1
	Preparatoria		2	2
	Primaria		4	4
	Secundaria		5	5
	Subtotal		12	12
Estudiante	Licenciatura	10	118	128
	Preparatoria	5	147	152
	Secundaria		4	4
	Subtotal	15	269	284
Obrero	Primaria		2	2
	Subtotal		2	2
Profesional	Licenciatura		7	7
	Preparatoria		19	19
	Subtotal		26	26
Total		15	381	396

Tabla 68. Cadenas de cine más representativas

Cadena	No. menciones	% del total
Cinemex	71	51
Cinepólis	26	19
Cinemark	23	16
Cineteca	5	4
CCU	5	4
Metropólis	5	4
Otras	5	4
Total	140	100

Gráfico 1. Cadenas de cine más representativas

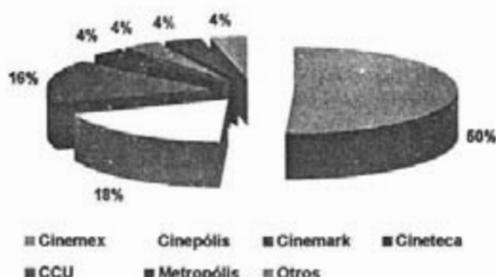


Tabla 69. Asistencia a un cine en particular según grupo de edad y nivel de estudios

Grupo de edad	Nivel de estudios	Si	No	Total
15-19 años	Preparatoria	35	83	118
	Secundaria	7	7	14
	Subtotal	42	90	132
20-24 años	Licenciatura	19	44	63
	Preparatoria	18	51	69
	Subtotal	37	95	132
25-29 años	Licenciatura	35	45	80
	Preparatoria	18	17	35
	Primaria	4	2	6
	Secundaria	4	7	11
	Subtotal	61	71	132
Total		140	256	396

Respecto a la cadena de cines que más frecuentan los entrevistados, Cinemex fue la que representó 47% del total. Cabe señalar que 39% tenían entre 15-19 años de edad por lo que se puede inferir que el grupo más joven de la muestra tenía mayor inclinación por esta cadena de cine. Del total de personas que acostumbran acudir a Cinemex, 60% tienen estudios de preparatoria y 34% de nivel licenciatura; en cuanto a la ocupación 74% eran estudiantes y 11% empleados.

Respecto a la cadena de cines de la Organización Ramírez, Cinépolis, 28% de los entrevistados dijeron que acostumbran asistir a sus cines, de ellos 40% tiene entre 20 y 24 años; la población femenina se inclinó más por esta cadena de cine (60%); 57% tenían estudios de nivel preparatoria y 34% licenciatura; en cuanto a la ocupación, 76% eran estudiantes y 18% empleados.

La cadena de cine Cinemark representó 11% del total, el perfil de este segmento se compone 72% mujeres y el grupo de edad que más se inclinó por esta cadena fue el

de 20 a 24 años (41%). Respecto al nivel de estudios, 52% tenía preparatoria y 41% licenciatura; por ocupación 65% eran estudiantes y 31% empleados.

Cineteca Nacional representó 5% del total, el segmento se compone 67% de hombres. De acuerdo al nivel de estudios, 58% tenían preparatoria y 42% licenciatura. Por ocupación: 58% estudiantes, 25% empleados y 17% académicos.

Cinemas Lumière representó 4% del total, del cual 70% eran hombres; el grupo de edad que más se inclinó por esta cadena fue el de 20 a 24 años (70%). Tenía estudios de licenciatura (50%) y 30% de preparatoria. La mayoría eran estudiantes.

El 5% restante se dividió entre el Centro Cultural Universitario y Metrópolis, ambos sin presentar diferencias significativas respecto a género, grupos de edad, nivel de escolaridad y ocupación. Ver tabla 70 y cuadro 12.

Tabla 70. Cadenas de cine que más frecuentan los entrevistados según grupo de edad y género

Grupo edad	Género	Cinemex	Cinepólis	Cinemark	Metrópolis	Lumiére	Cineteca	CCU	Otro	Total
15-19 años	Femenino	25	10	4		2		4		45
	Masculino	22	14	3	2		4			45
	Subtotal	47	24	7	2	2	4	4		90
20-24 años	Femenino	21	21	9		1	1			53
	Masculino	20	8	3	1	6	2	1	1	42
	Subtotal	41	29	12	1	7	3	1	1	95
25-29 años	Femenino	17	12	8			3			40
	Masculino	16	7	2	1	1	2	1	1	31
	Subtotal	33	19	10	1	1	5	1	1	71
Total		121	72	29	4	10	12	6	2	256

Se les preguntó a los entrevistados acerca de los motivos principales por los que asiste a un cine o cadena de cine en particular. El análisis de las respuestas fue por puntaje ponderado, del cual se desprenden los siguientes resultados: el principal motivo por el que asisten a un cine o cadena de cine en particular es por la cercanía a su casa y/o trabajo, en segundo lugar por la comodidad que ofrecen las salas de estos cines y, por último, los precios. Ver cuadro 13.

También se les preguntó qué factores o quiénes influyen en su decisión para ver determinada película en el cine, el principal factor es la temática de las películas, siguiéndole la recomendación que le hagan sobre éstas y, por último, la influencia por parte de su acompañante(s). Ver cuadro 14.

Cuando se les preguntó con qué frecuencia consultan la cartelera, 47% dijo consultarla a veces, siendo el grupo más joven (15 a 19 años) quien más se inclinó por

esta alternativa (38%). Sin embargo, 32% asisten de forma esporádica al cine. Es importante destacar que 31% del total acostumbra habitualmente consultar la cartelera (siempre y casi siempre). Además, 42% acude al cine una vez a la semana, del cual los hombres tienden a consultar la cartelera con mayor frecuencia (58%). El grupo de edad de 25 a 29 años son los que tienden a consultar la cartelera con mayor frecuencia (40%). Ver tabla 71 y cuadro 15 .

Tabla 71. Frecuencia con la que consultan la cartelera

Grupo de edad	Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca	Total
15-19 años	7	28	71	24	2	132
20-24 años	12	27	68	17	8	132
25-29 años	12	37	46	26	9	132
Total	31	92	185	69	19	396

Aunada a la pregunta anterior, se les preguntó en que medio acostumbraban a consultar la cartelera, 60% mencionó que lo hacía a través del periódico. Aproximadamente una tercera parte dijo que lo consultaba en cualquier periódico, mientras que 32% mencionó el periódico El Universal, del cual tuvieron mayor inclinación los hombres (55%); 14% La Jornada, del cual se inclinaron más las mujeres (67%) y el 19% restante estuvo dividido entre otros diez periódicos. Un 28% dijo consultar la cartelera en Internet, del cual poco más de la mitad dijo que consultaba diferentes páginas; 7% dijo consultaría en otros medios (teléfono, en el cine, folletos) y 5% en revistas, la principal fue Cinemania (70%), especialmente las mujeres (79%). Ver tabla 72 y cuadro 16.

Tabla 72. Medios más consultados

Género	Cualquier periódico	Jornada	El Universal	Revista Cinemania	Diversas páginas	Otros medios
Femenino	45	22	34	11	29	13
Masculino	37	11	41	3	28	14
Total	82	33	75	14	57	27

También se les preguntó cómo se enteraban que una película estaba en cartelera, por lo que los entrevistados mencionaron varios medios, la televisión y el periódico obtuvieron más de doscientas menciones, mientras que la radio y los carteles le siguieron con poco más de cien menciones.

Al preguntarles por el género de película favorito, gran parte mencionó más de dos y en algunos casos hasta cuatro, sin embargo, los tres géneros cinematográficos con más menciones fueron: terror, acción y suspenso.

Las preferencias respecto al cine nacional o extranjero, 49% de los entrevistados dijo estar a favor por ambas, 32% se manifestó por el cine extranjero, 10% no mostró inclinaciones particulares por una u otra y 9% por las cintas nacionales. Ver tabla 73 y cuadro 17.

Tabla 73. Preferencia de las películas nacionales y extranjeras según grupo de edad y género

Grupo de edad	Género	Extranjeras	Nacionales	Ambas	Sin preferencia	Total
15-19 años	Femenino	17	5	48	2	72
	Masculino	13	3	36	8	50
	Subtotal	30	8	84	10	132
20-24 años	Femenino	28	5	33	6	72
	Masculino	21	7	25	7	60
	Subtotal	49	12	58	13	132
25-29 años	Femenino	24	11	34	3	72
	Masculino	23	4	20	13	60
	Subtotal	47	15	54	16	132
Total		126	35	196	39	396

Al preguntarles a los entrevistados la razón por la que prefieren las películas extranjeras sobre las nacionales, un sector importante de ellos (49%) las prefiere por igual; sin embargo, 48% de ellos sólo acude al cine de forma esporádica. Quienes contestaron de esta manera son principalmente mujeres; el grupo de edad de 15 a 19 años (43%) y con un alto nivel de estudios (62% tenían licenciatura y 33% preparatoria). Generalmente se trata de estudiantes (75%) y empleados (18%).

Quienes no tienen inclinación por alguna en particular, representaron 10% del total; son personas que asisten al cine de forma esporádica (56%). Los que más se inclinaron por esta opción (72%) fueron los hombres; así como el grupo de edad de 25 a 29 años (41%). En relación con el nivel de estudios, 54% eran preparatorianos y 36% tenían licenciatura; la mayoría (61%) son estudiantes.

Un sector importante (32%) prefiere los filmes extranjeros. El perfil de este segmento, 39% de los casos lo integran jóvenes entre 20 a 24 años; 45% asisten con regularidad al cine; 48% tienen nivel preparatoria y 44% licenciatura; el porcentaje de estudiantes se incrementó a 75%.

Las preferencias respecto al cine nacional parecen alentadoras; a pesar de que sólo el 9% se inclinó por la producción nacional, 46% asiste con regularidad al cine; el grupo de edad que se inclinó más (43%) por las películas mexicanas fue el de 25 a 29 años; de acuerdo al nivel de estudios, 57% tienen nivel preparatoria y 26% licenciatura; aunque la mayoría son estudiantes y empleados. Ver tabla 74 y 75.

Tabla 74. Preferencia de películas nacionales y extranjeras según la frecuencia con que asiste al cine

Frecuencia	Extranjeras	Nacionales	Ambas	Sin preferencia	Total
Más una vez semana	1		2		3
Una vez semana	16	5	13	5	39
Una vez quincena	27	7	45	8	87
Una vez mes	30	9	41	4	84
Una vez cada dos meses	44	6	77	18	145
Una vez cada seis meses	8	8	18	4	38
	126	35	196	39	396

Tabla 75 Preferencia de películas nacionales y extranjeras según la frecuencia con que asiste al cine

Ocupación	Extranjeras	Nacionales	Ambas	Sin preferencia	Total
Licenciatura	55	9	65	14	143
Preparatoria	60	20	121	21	222
Primaria	4		2		6
Secundaria	7	6	10	2	25
Total	126	35	196	39	396

A las personas que prefieren las películas extranjeras se les preguntó cuál era el país de procedencia que les atraía; el resultado fue que 62% prefiere Estados Unidos por sus efectos especiales y avanzada tecnología, a 17% le era indiferente y 13% prefería a Francia — no se debe olvidar que en años recientes (2002) se llegaron a estrenar más películas francesas que mexicanas— la preferencia obedece al interés que despiertan los temas que tratan. Ver cuadros 18 y 19.

Por último, se plantearon tres preguntas respecto a las películas mexicanas con el propósito de conocer mejor la opinión de los entrevistados. Los resultados fueron interesantes, ya que 22% del total dijeron no recordar el título de la última película que vieron en el cine y 2% dijo no haber visto ninguna. De los que sí recordaron el título de la película, 15% mencionaron algunas películas mexicanas que se estrenaron en el año 2005, 31% en 2004, 8% de 2002 y 9% de 2000. Ver cuadro 20.

Para conocer la opinión de los entrevistados acerca del cine mexicano, en general, se hizo un análisis de consenso respecto a las películas mexicanas, el resultado es que son buenas. Ver cuadro 21 y gráfico 20.

Tabla 76. Preferencia de películas nacionales y extranjeras según nivel de estudios y ocupación

Nivel de estudios	Ocupación	Extranjeras	Nacionales	Ambas	Sin preferencia	Total
Licenciatura	Académico			2		2
	Empleado	2		3		5
	Empresario			1		1
	Estudiante	48	9	59	12	128
	Profesional	5			2	7
	Subtotal	55	9	65	14	143
Preparatoria	Empleado	13	7	24	5	49
	Empresario			2		2
	Estudiante	42	10	88	12	152
	Profesional	5	3	7	4	19
	Subtotal	60	20	121	21	222
Primaria	Empresario	2			2	4
	Obrero	2				2
	Subtotal	4			2	6
Secundaria	Empleado	1	5	8	2	16
	Empresario	2	1	2		5
	Estudiante	4				4
	Subtotal	7	6	10	2	25
Total		126	35	196	39	396

También se les preguntó, a través de una pregunta abierta, el motivo de sus respuestas, para facilitar la codificación de éstas se agruparon de acuerdo a su similitud semántica y se llegaron a los siguientes resultados: 29% opina que las películas mexicanas son buenas, ya que tienen temas interesantes y buenos actores. Sin embargo, 16% dijo que las películas mexicanas carecían de calidad, especialmente, no tenían buenos efectos especiales ni tecnología. Además, mencionaron que hacía falta difusión y mayor presupuesto. Asimismo, 14% dijo que había pocas películas buenas e interesantes. No obstante, 14% se manifestó de forma favorable respecto a las películas mexicanas, ya que mencionaron que éstas reflejan la realidad de la sociedad mexicana.

Tabla 77. Opinión de los entrevistados respecto a las películas mexicanas en general

Opinión	Frecuencia	% del total
Buena trama, historia, actores	114	28.8
No tienen calidad en general, falta de efectos, tecnología	64	16.2
Pocas películas buenas e interesantes	56	14.1
Representan realidad de la sociedad mexicana	55	13.9
Temas repetitivos: violencia, sexo, corrupción	50	12.6
Por su humor, chistes, son entretenidas y divertidas	18	4.5
Dicen muchas palabras altisonantes	17	4.3
No me gustan	11	2.8
No tienen buenos efectos	6	1.5
No son realistas	5	1.3
Total	396	100

Producto de los análisis de la investigación se detectaron tres perfiles diferentes del segmento joven. Los resultados que arrojaron cada uno de los perfiles —dado que responden a necesidades, características o comportamientos diferentes entre sí— serán de gran utilidad para futuros estudios del público que gusta o simplemente asiste al cine, ya sean realizados por los productores y/o distribuidores para evaluar qué tan atractivo puede ser cada perfil y seleccionar alguno de ellos como parte de la estrategia de penetración a un público determinado. Los tres perfiles son:

- Público joven frecuente (asiste al cine una vez a la semana o hasta más de una vez a la semana).
- Público joven regular (asiste una vez al mes o hasta una vez a la quincena)
- Público joven esporádico (asiste una vez cada seis meses o hasta una vez cada dos meses)

El público joven frecuente representó 11% del total y cerca de la mitad tenía entre 20-24 años (45%). De acuerdo al nivel de estudios, más de la mitad tenía preparatoria (59%) o licenciatura (33%). La mayor parte de este grupo estaba conformado por estudiantes (64%) y en menor medida por empleados (19%) y profesionistas (17%). Prácticamente 8 de cada 10 mencionó que asiste al cine por gusto, *hobbie* y/o entretenimiento (76%).

Un número significativo de personas (38%) asiste al cine ya sea cuando dispone de tiempo libre, para ellos lo principal es ver la película sin importar el día que asista; o ya sea que esto ocurra entre semana o en fin de semana (31% en cualquiera de los dos casos). Entre las causas por las que prefieren asistir entre semana es porque hay menos gente y es más cómodo. Los que asisten en fin de semana es porque tienen más tiempo libre en sus días de descanso. Además, todos acostumbran asistir acompañados.

Respecto a la última película que vieron en el cine: 18 películas fueron mencionadas, de las cuales sólo dos eran mexicanas (*La última noche* y *Puños rosas*). Por el contrario, 3 películas extranjeras fueron las que obtuvieron más menciones: *Cruzada* (8), *Boogeyman* (6) y *Masacre en Texas* (5).

Del 64% de las personas que no acostumbran asistir a un cine en particular, no obstante, asisten a una cadena de cine en especial: 40% acude a Cinépolis, 22% a Cinemex y Cinemark, 4% a Metrópolis, Lumière, Cineteca y CCU.

Los tres motivos principales por los que asiste a un cine o cadena de cine en particular son: la cercanía a su casa y/o trabajo, la comodidad que ofrecen las salas de estos cines y, por último, los aspectos técnicos como sonido, pantalla.

Los factores que más influyen en su decisión para ver determinada película en el cine son en orden de importancia: la temática de la película, la recomendación y, por último, el horario en que se exhibe.

Alrededor de la mitad de las personas que forman este segmento tienden a consultar la cartelera sólo a veces, mientras que cerca de la otra mitad acostumbra consultarla habitualmente (siempre y casi siempre suman 44%); 59% consulta usualmente la cartelera en Internet, especialmente las páginas de los cines, mientras que 36% lo hace a través del periódico, El Universal es el más mencionado.

Los géneros cinematográficos favoritos por el público joven frecuente fueron: terror y suspenso. Así como sus preferencias respecto a las películas nacionales o extranjeras, 40% prefiere las extranjeras, 36% está a favor de ambas, mientras que sólo 12% se inclinó por las mexicanas. Cabe señalar que de las 17 personas que prefirieron las películas extranjeras, 47% optó por las películas de origen estadounidense, ya que consideran que tienen buenos efectos especiales y mayor tecnología. Además, 23% prefirió las películas francesas por la temática que tratan y porque consideran que las historias son interesantes, opinión que ninguno de los que prefieren las películas estadounidenses mencionó.

Al final, de las 42 personas que conforman el segmento, 31% mencionó haber visto alguna película mexicana que se estrenó en 2004, 28% recordó alguna de 2005, pero 29% dijo no recordar el título de la última película mexicana que vio en el cine. En general su opinión acerca de las películas mexicanas es buena. A través de una pregunta abierta, se les preguntó el motivo de su respuesta los resultados fueron los siguientes: 29% considera que las películas mexicanas carecen de calidad y les hace falta tecnología (efectos especiales), 19% opinó que los temas que presentaban eran repetitivos: violencia, sexo, corrupción; 17% dijo que había pocas películas buenas e

interesantes, sin embargo, 14% mencionó que éstas representaban la realidad de la sociedad mexicana.

El segundo segmento, público joven regular, representó 43% del total, son los hombres quienes más asisten con esa frecuencia (54%). En general, poco más de la mitad tenían estudios de preparatoria (55%). Así como un sector importante estaba conformado por estudiantes (71%) y en menor grado por empleados (16%) y profesionistas (8%).

La causa primordial por la que este grupo acude al cine es por diversión, *hobbie* y/o entretenimiento (37%), aunque un 33% mencionó que asistía con mayor frecuencia si tuviera dinero y tiempo, 8% mencionó que asistía por los estrenos.

Respecto a la última película que vieron en el cine: 50 fueron las mencionadas, 6 eran mexicanas. *La última noche* y *Voces inocentes* fueron las más recordadas. Entre las películas extranjeras, tres obtuvieron más menciones: *El aro* (22), *Constantine* (13) y *Cruzada* (10). Sin embargo, 17 personas no recordaron el título de la última película que vieron en el cine.

Una parte significativa de este segmento asiste al cine sin importar el día (36%), ya que depende del tiempo libre que tenga de descanso, además de que es una práctica que realizan de forma imprevista. Las personas que prefieren asistir entre semana ascienden a 33%.

39% del total sí tiene preferencia por un cine en particular y a pesar de que no ocurre así con la mayoría: 51% asiste a Cinemex, 21% a Cinépolis, 11% a Cinemark, 8% a Lumière, 5% a la Cineteca y 4% al CCU, Metrópolis y otros.

Cerca de la mitad de las personas de este perfil mencionaron que consultan la cartelera habitualmente (siempre y casi siempre representaron en conjunto 47%), mientras que 38% la consulta a veces y un 12% casi nunca. El periódico es el medio más usado (57%) para consultar la cartera y 33% recurre a Internet.

Este segmento se entera de que una película está en cartelera a través de varios medios, la televisión y el periódico obtuvieron mayores menciones, le siguieron Internet y los avances de las películas (*trailers*).

Los tres géneros cinematográficos favoritos por este grupo fueron: acción, suspenso y terror, que difieren sustancialmente del segmento anterior. En cuanto a las

preferencias al cine nacional o extranjero, alrededor de la mitad prefieren ambas, mientras que 33% prefiere las películas extranjeras, sólo 9% las mexicanas y 8% no tiene inclinación por una u otra.

De las 57 personas que se manifestaron a favor de las películas extranjeras, 65% prefiere las estadounidenses, ya que tienen buenos efectos especiales y tecnología.

Del total de personas del segmento, 36% recordó haber visto alguna de las películas mexicanas que se estrenaron en el año 2004, 16% mencionó alguna de 2005 y 19% no recordó algún título. Sin embargo, su opinión es que son buenas porque abordan temáticas e historias interesantes.

Por último, en el segmento de público joven esporádico que representa 46% del total, son las mujeres quienes más asisten al cine con esa frecuencia (63%), por edad, 37% tienen entre 15 a 19 años. Poco más de la mitad tenían estudios de preparatoria y licenciatura (37%). Un sector importante estaba conformado por estudiantes (74%).

Poco más de la mitad de este grupo, asiste acude al cine con esa frecuencia por falta de dinero y tiempo, ya que de lo contrario asistiría más (53%), un 13% porque no es de su interés, ya que prefiere otras actividades y 8% considera que la cartelera carece de películas interesantes para ver.

Respecto a la última película que vieron en el cine: 70 fueron recordadas y sólo 10 películas eran mexicanas. La película mexicana que tuvo más menciones fue *Voces inocentes* (7), le siguió *Cero y van cuatro* y *La ley de Herodes* con 3 menciones cada una. Las 3 películas extranjeras que más menciones tuvieron: *Constantine* (10), *El aro* y *Voces del más allá* ambas con 6 menciones.

Cerca de la mitad de este segmento no le importa el día que asiste al cine. Además, 68% se manifestaron a favor de una cadena de cine en especial, como sigue: 50% prefieren Cinemex, 31% Cinépolis, 9% Cinemark, 5% Cineteca, 2% Metrópolis, 2% CCU, 1% Lumière y otras.

Los dos motivos principales por los que asiste a un cine o cadena de cine en particular son: la cercanía a su casa y/o trabajo y la comodidad que ofrecen las salas de estos cines. Así como los dos factores principales que influyen para ver determinada

película son: la temática que trate y la recomendación. Estos motivos y factores se repiten en los tres segmentos.

Poco más de la mitad tiende a consultar la cartelera a veces (54%) y un número significativo casi nunca (28%), nunca (8%) la consulta; sólo 10% la revisa habitualmente (siempre y casi siempre). Una buena parte del total la consulta a través del periódico (68%) mientras que los que acostumbran a hacerlo por Internet representaron 19% y 7% en revistas.

Los tres géneros cinematográficos de mayor preferencia por este grupo fueron: terror, acción y suspenso.

De las 52 personas que optaron por las películas extranjeras, 63% tiene mayor preferencia por las películas estadounidenses.

Del total de personas pertenecientes a este segmento, 25% recordó haber visto alguna de las películas mexicanas que se estrenaron en el año 2004, 12% mencionó alguna de 2005 y 23% dijo no recordar algún título.

En general, para los tres segmentos del público joven, las películas mexicanas son buenas ya que éstas tienen temáticas e historias interesantes

En resumen, producto del estudio de campo, ahora se conoce el perfil general de los jóvenes que asisten al cine en el Distrito Federal. Se desprende de la investigación que acuden al cine más hombres que mujeres y la edad promedio es de 22 años.

Asistir al cine está relacionado con el nivel de estudios, esto es, los de mayor nivel de estudios son los que más asisten al cine (licenciatura y preparatoria) y esto necesariamente tiene que ver con el ingreso, ya que las principales ocupaciones eran de estudiantes y empleados.

Se comprobó que la oferta cinematográfica sigue centralizada en el Distrito Federal, ya que una parte significativa de las personas entrevistadas pertenecían al Estado de México, a pesar de que éste ofrece también una amplia oferta cinematográfica. Quizás este fenómeno se deba a que hay un mayor número de lugares culturales, turísticos, de entretenimiento en comparación con el Estado de México.

La frecuencia con que los entrevistados asisten al cine en el D. F. puede parecer poco alentadora para el sector cinematográfico en general, ya que una buena parte de los entrevistados asisten de forma esporádica y regular, resultado que quizás se deba al

período en que fueron realizadas las entrevistas (marzo-abril), ya que son meses en los que se presenta un índice bajo de asistencia por falta de estrenos de gran relevancia o interés para el público de cine. Cabe recordar que en el período de vacaciones de verano hay un mayor índice de asistentes al cine y por ende se estrenan las producciones filmicas más importantes del año. Por lo que ir al cine sigue siendo una práctica ritual, aunque no sea muy frecuente para algunos sectores sociales.

Se observó, que una gran parte de los entrevistados continúa viendo casi exclusivamente cine extranjero, primordialmente estadounidense. Además, como dato curioso se observó que los títulos de las películas extranjeras están mejor posicionadas en la mente de los entrevistados que las mexicanas.

Se corroboró que el ir al cine continúa siendo una práctica ligada directamente a la sociabilidad (se acude con pareja, amigos y/o familia), aunque se vislumbra cierta preferencia de algunas personas por asistir al cine de forma individual, práctica poco común en años anteriores, ya que era mal visto por la sociedad, sin embargo, es un fenómeno que quizás aumente en el transcurso de algunos años.

La existencia de diferentes cadenas de cine en el D. F. que ofrecen en la actualidad salas de diversos tamaños, instalaciones modernas y cómodas, así como los últimos adelantos en cuanto a imagen y sonido, inciden, directamente e indirectamente, en las preferencias del público por asistir a alguna en particular. Siendo la cadena de cine, Cinemex, por la que una parte importante de los entrevistados tuvo mayor preferencia y que en el D. F. representa 38% del total. A pesar de que a nivel nacional representa sólo 7%, siendo líder Cinépolis al representar 31% del total de cines. Por lo que gran parte de las salas de cines se concentra en ciertas regiones y en unas tres o cuatro cadenas. Así como cada cadena de cines tiene un público diferenciado.

En general, los factores de mayor importancia que influyen en los jóvenes para asistir a un cine o cadena en particular son: la cercanía que tenga el cine respecto a su casa o trabajo, la comodidad de las salas y los precios. Para decidirse a ver determinada película, lo más importante es la temática, además, sigue vigente la importancia que tiene la influencia personal en la selección del tipo de película a ver, ya que como segundo factor importante está la recomendación y la influencia que ejercen la(s) persona(s) con quien asistan al cine. Sin tener gran influencia en su decisión

factores como la publicidad de la película, horarios en que se exhibe o el director y/o actores que participan en ella.

El periódico sigue siendo el medio por excelencia para consultar la cartelera por lo que pone en evidencia que es una de las fuentes más efectivas con respecto a la información del entretenimiento. Sin embargo, el uso de Internet aparece como otra alternativa importante que tiene el público para consultar la cartelera, práctica que posiblemente aumente en el transcurso de unos cuantos años por la facilidad y comodidad que ofrece este medio.

Los géneros cinematográficos preferidos por los jóvenes son: acción, terror y suspenso. Al preguntarles el motivo de sus inclinaciones por filmes nacionales o extranjeros, el público joven ha mostrado, independientemente de su nivel socioeconómico, que se interesa en una amplia y variada oferta de filmes. Aunque hay una buena parte que siente cierta atracción por las películas extranjeras, debido a que éstas ofrecen, acercamientos de la realidad más espectaculares, fantásticas y de variadas formas que muestran un país de fantasía que no "transgrede" como ocurre en la mayoría de las películas mexicanas.

Las producciones estadounidenses, dominan tanto las pantallas como los gustos populares. Por lo que 6 de cada 10 de los entrevistados que prefieren las películas extranjeras, se inclinan por las películas estadounidenses como primera opción. Por el contrario, 1 de cada 10 opta por las producciones nacionales en primera instancia.

Sin embargo, las películas mexicanas parecen recobrar un nuevo impulso nada desdeñable en el favor de las audiencias. Casi la mitad de los entrevistados vio alguna película mexicana que se estrenó en el año 2004 o 2005. En general, los jóvenes tienen una favorable opinión respecto a la producción nacional actual, ya que éstas presentan temáticas e historias interesantes. Aunque hubo un sector importante que opinó de forma desfavorable respecto a las películas mexicanas.

CONCLUSIONES

El cine, a poco más de un siglo de su invención, ha adquirido la categoría de arte, industria y espectáculo en forma simultánea. Sin embargo, se ha desarrollado de forma incierta, ya que han sido pocas las veces en que ha podido conjugar elementos artísticos con los intereses económicos en los que una industria cinematográfica se sustenta.

México fue uno de los primeros países en recibir con entusiasmo la llegada del cine, al principio, fue concebido como espectáculo curioso y llamativo, pero con el paso del tiempo llegó a ocupar un lugar de gran importancia a nivel económico, político, social y cultural en la sociedad mexicana. Sin embargo, el cine mexicano ha atravesado por múltiples problemas: falta de presupuesto y apoyo a la producción, costos de producción altos, escasa producción, saturación de la oferta cinematográfica con películas extranjeras, inadecuada distribución de los ingresos en taquilla, oligopolio de empresas distribuidoras transnacionales que en complicidad con los exhibidores determinan lo que se exhibirá en las salas de cine, falta de incentivos fiscales, lentísima recuperación de la inversión, entre otros, han provocado que gran parte del poder y enriquecimiento del sector cinematográfico quede en muy pocas manos haciendo más lejano la idea de constituir una verdadera industria.

Los problemas por los que ha atravesado el cine mexicano han sido múltiples, los efectos visibles y las soluciones pocas, sin embargo, estos problemas no son de reciente creación, por el contrario, han permanecido desde la existencia misma del cine. Además, son problemas que no sólo atañen a países en vías de desarrollo, como es el caso de México, sino también a aquéllos que tienen gran poder en el plano mundial. Por lo que la diferencia que existe entre una industria cinematográfica fuerte, como es el caso de la hollywoodense, y una que está en vías de crecimiento, como puede ser la mexicana, es la búsqueda e implantación de estrategias que permitan una mayor participación del mercado.

No obstante, la tendencia monopolítica de la industria estadounidense ha impedido el ingreso de nuevas empresas al mercado, ya sea en la producción como en la distribución o en la exhibición de cualquier país del mundo.

La mayor parte de las distribuidoras, tanto en México como en otros países, son estadounidenses y, por lo tanto, ya tienen negociados los cines de los exhibidores por lo que gran parte de las carteleras de los cines son ocupadas por las películas comerciales estadounidenses.

México carece de una política de distribución acorde a las necesidades del país, por el contrario, sirve a los intereses propios de las distribuidoras transnacionales. Además, no cuenta con una adecuada política de protección de la producción nacional respecto a las distribuidoras y exhibidores, independientemente de las estructuras industriales o tecnológicas con las que cuente, para hacer frente a la poderosa competencia por parte de las producciones extranjeras. También son las mismas distribuidoras y exhibidoras quienes determinan las películas que serán exhibidas en los distintos canales de comercialización y, en algunos casos, del posible "enlatamiento" de aquéllas que no cumplan con sus intereses comerciales, la gran mayoría mexicanas, por lo que éstas tienen que buscar otras distribuidoras para que sean exhibidas.

Las distribuidoras transnacionales, *majors*, difícilmente comercializan filmes mexicanos por miedo a arriesgarse, ya que saben de antemano que la producción extranjera es más redituable y ofrece un mayor margen de seguridad, dado que el costo de producción de éstas ya viene amortizado desde su país de origen, mientras que la producción nacional no ofrece garantía alguna de éxito.

Pocas películas mexicanas han tenido éxito en cartelera, tal es el caso de *Sexo, pudor y lágrimas*, de Antonio Serrano, la cual tuvo una asistencia de poco más de 5.3 millones de asistentes, sin embargo, se estrenó a mediados de 1999 y hasta la fecha en que se realizó esta investigación sólo una película ha estado muy cerca de alcanzar un número similar de asistentes: *El crimen del padre Amaro*, de Carlos Carrera, con 5.2 millones de asistentes y se estrenó en 2002. Ambas películas tienen dos cosas en común, fueron distribuidas por dos compañías transnacionales (Fox y Columbia Pictures) e hicieron uso de grandes campañas publicitarias. Por lo que ha habido un mayor interés por parte de las *majors* por distribuir cine mexicano, sin embargo, es un arma de dos filos, ya que los productores tienen que ceñirse a las reglas de juego que las *majors* establezcan desde un principio. Por lo tanto, son contadas las películas mexicanas que corren con la misma suerte y la gran mayoría, en el mejor de los casos, son distribuidas

por otras compañías de reciente creación, por lo que tardan en recuperar su inversión dos o tres años de acuerdo a las posibilidades de exportación de la cinta y de comercialización en las distintas ventanas de exhibición, esto dependiendo de la aceptación que haya tenido en su exhibición comercial en las salas de cine.

Por otra parte, la falta de interés del gobierno por intentar revivir una industria, que hace varias décadas murió, se debe a su poca conciencia acerca de la importancia del cine para la sociedad. Por ejemplo, carece de estímulos e incentivos fiscales para aquellas distribuidoras que se arriesguen a apoyar la comercialización de películas mexicanas en formato de 35mm o en video digital.

Aunque se debe reconocer que la labor que ha hecho Imcine al otorgar un número significativo de apoyos económicos, a través de Foprocine y Fidecine, para la realización de largometrajes así como la creación de nuevas empresas productoras y la incursión de otras tantas de diversa índole para comercializar cine mexicano han favorecido de forma considerable en los últimos años para hacer subsistir al cine nacional, a pesar de las condiciones desfavorables que ofrece un país como el nuestro, en donde hacer cine es sinónimo de fracaso. Sin embargo, es insuficiente el número de películas que se producen anualmente, dadas las exigencias que la sociedad mexicana demanda. Por ejemplo, en 2002 se estrenaron 17 películas mexicanas y acudieron a verlas cerca de 15 millones de personas. Un número similar de espectadores tuvieron las películas mexicanas que se estrenaron en 2003 y 2004, a pesar de que fueron más del doble (42 películas) que en 2002. Es preciso señalar que de los cuatro años que se analizaron del sexenio de Fox, 2002 fue el año en el que hubo menos estrenos, pero con un número significativo de premios a nivel nacional e internacional y una buena aceptación en taquilla por lo que se puede inferir que parte de los problemas que enfrenta el cine mexicano para reencontrarse con su público se debe a la crisis temática por la que atraviesa, ya que en los últimos años se ha carecido de estrenos nacionales que atraigan un mayor número de espectadores, además de la explosión tardía y en malas condiciones de las películas (aumentando el número de películas mexicanas que esperan fecha de salida en las salas de cine) así como por la poca eficiencia con que se lanzan las producciones mexicanas al mercado. No se trata de poner en duda la existencia de talento artístico, si no que se le ponga mayor atención a las nuevas

generaciones de cineastas que cada día se están formando, ya sea en las escuelas de cine o en aquellas personas que lo hacen de forma autodidáctica y experimental, pero que sucede con el nivel educativo y creativo de quienes se dedican a hacer cine, cuantos de éstos llegan a concretar una película de largometraje.

Es innegable que existe en el sector cinematográfico grandes talentos, llámense directores, guionistas, fotógrafos, actores, técnicos, etcétera; sin embargo, ¿cuántos de éstos realmente están haciendo cine?. La realidad es que son muy pocos, ya que gran parte de ellos se dedican a realizar de todo, pero menos cine. Como alguien dijo alguna vez: "son muchos los llamados, pero pocos los elegidos", por lo que de esta forma es imposible constituir una verdadera industria y tampoco nos debe sorprender que de las pocas películas estrenadas una gran parte de éstas carecen de un ínfimo nivel de calidad y sólo unas cuantas, dos o tres, son películas propositivas, creativas e interesantes, pero desgraciadamente son las menos conocidas por el público que asiste al cine y, por lo tanto, su ciclo de vida es muy corto o, en el mejor de los casos, cuando éstas obtienen algún premio o nominación en algún festival nacional y/o extranjero llegan a ser exhibidas por un poco más de tiempo en salas.

Al ser el cine un negocio bastante incierto y de alto riesgo, una de las alternativas que la gran mayoría de los productores han optado es producir bajo el esquema de coproducción, ya sea con otras empresas productoras, distribuidoras o exhibidoras nacionales o extranjeras. Dicha relación puede beneficiar a las empresas partícipes en esta aventura, ya que no sólo se comparte el riesgo del total de la inversión, sino permite que la película pueda ser comercializada en el país o países participantes y obtenga una rápida recuperación de la inversión.

Otras alternativas podrían ser la preventa de la película desde la etapa de construcción o buscar las condiciones necesarias para una mayor comercialización de productos en el filme (*product-placement*⁶⁰).

⁶⁰ Puede entenderse por *product placement* al pago por la publicidad de un producto comercial incluido dentro de las imágenes de la cinta sin que haya mención específica; en ocasiones, como parte de este tipo de convenio se coloca la imagen del producto en los promocionales de la película, o bien una compañía absorbe el patrocinio de la promoción en medios de comunicación. *Cfr.* CABALLERO, José Luis, "Apuntes sobre los derechos de autor en cinematografía" en Estudios cinematográficos, México, CUEC, Año 10, Número 26, enero-marzo 2005, p. 24.

Es importante considerar que los productores de cine mexicano no han vuelto sus ojos a un mercado potencial de gran importancia: Latinoamérica, es decir, no se han interesado por explotarlo a pesar de que se cuenta con un idioma en común, se comparte una identidad y problemas e inquietudes similares.

De acuerdo a los resultados obtenidos en la investigación de campo se puede concluir que sigue existiendo un gran dominio de las películas de Estados Unidos en la oferta cinematográfica que se exhibe en las salas de cine del Distrito Federal, reiterándose de esta forma la supremacía estadounidense en el sector cinematográfico, gran parte de ello se debe a que los filmes estadounidenses han crecido a la par de la tecnología y cubren, bien o mal, las necesidades de un público hambriento de cine. Situación que, desgraciadamente, los productores mexicanos no han sabido, o no han querido, aprovechar; dado que se han olvidado de estudiar y conocer el perfil del público que asiste a las salas de cine actualmente y cómo percibe el cine mexicano que se exhibe hoy en día. Tales conocimientos les ayudarían a diseñar estrategias de comercialización para cada tipo de producción en los diferentes canales de exhibición.

Es necesario que tanto las empresas productoras del sector privado como del público, en conjunto, realicen un mayor número de actividades que promuevan y difundan el cine mexicano tanto a nivel nacional como internacional. Dichas actividades deben estar dirigidas a conservar el público cautivo del cine mexicano así como atraer otros nuevos.

Asimismo, se debe brindar más apoyo a la investigación los sectores de la producción, distribución y exhibición, así como a la documentación de la historia del cine mexicano desde sus inicios hasta la actualidad. Con el fin de que la información que arrojen dichas investigaciones contribuyan a un mejor conocimiento y desarrollo de una industria y cultura cinematográfica.

Una de las alternativas con las que pueden competir las producciones mexicanas al carecer de tecnología así como de un *star system* o de mega producciones al estilo Hollywood es a través de la realización de guiones interesantes que hagan que volteen la mirada inversionistas, productores, distribuidores y exhibidores para que apoyen el cine mexicano y de esta forma se conquiste un mayor número de mercados.

Es importante señalar que la producción de cortometrajes ha sido uno de los medios en los que se inician todos aquellos interesados en hacer cine, sin embargo, poco es el apoyo que se proporciona para estimular y hacer crecer este tipo de producción. No se debe dejar a un lado este tipo de producción, por el contrario, es necesario que se le tome en cuenta y forme parte de las políticas de producción y exhibición, ya que existe un mercado potencial y, por lo tanto, tiene posibilidades de ser explotado de forma comercial, lo único que falta es estructurar una plataforma comercial que permita el desarrollo de este tipo de producción.

Desde el punto de vista comercial, cualquier película, es un producto por lo que éste compite con otros de igual naturaleza aunque de contenido diferente. Por lo tanto, una película, sin importar su origen, requiere llamar la atención de un mayor número de personas. Sin embargo, la escasa publicidad y promoción que se le hace a los filmes mexicanos se debe en gran parte a los escasos recursos que se les asignan o la poca publicidad que se realiza se hace a favor de una película en especial o de un actor en particular, lo que ocasiona que los filmes mexicanos rivalicen y compitan entre sí por un mayor mercado, que de por sí es bastante limitado. Por lo que es necesario realizar una publicidad y promoción a favor del cine mexicano en general, sin importar si la película fue hecha bajo los auspicios del gobierno o de la iniciativa privada, así como aprovechar las técnicas que sean más eficientes en los medios de difusión (TV, radio, Internet) así como de los resultados de estudios de mercadotecnia, a fin de que basados en éstos, se realice una planificación sistemática y se programe de forma inteligente las campañas de publicidad.

Es preciso señalar que gran parte del cine mexicano actual no diversifica y explota un mayor número de géneros cinematográficos, se han encasillado en los géneros de drama y comedia, además, presentan temáticas repetitivas sobre violencia, corrupción, sexo, drogas; no significa que dejen a un lado problemas que atañen y preocupan a la sociedad mexicana sino que diversifiquen las temáticas a tratar así como su distribución en las salas de exhibición sea de forma planificada, es decir, que se evite saturar la oferta cinematográfica nacional, de por sí poca, con temáticas similares, dando pie a que rivalicen entre sí la escasa producción nacional que se realiza anualmente.

Los directores y/o productores deben, a partir la concepción del guión hasta que la película concluye, intentar hacer un cine más original y nacionalista, desde el punto de vista tanto técnico como narrativo y estético, ya que al conseguirlo, como se ha visto en ocasiones anteriores, no sólo están en condiciones de participar en un mayor número de festivales sino en la posibilidad de estar a la par de otras cinematografías dentro de un margen de competencia mucha más equilibrada y equitativa así como producir a un ritmo industrial, sin importar si se hace en formato de 35mm o digital. Es imprescindible que el cine mexicano aumente su producción sin que esto signifique que tengan que hacerse grandes producciones irrealizables con costos irrecuperables, por el contrario, las productoras de capital privado como público deben unificar esfuerzos para buscar e implementar estrategias comerciales que permitan que sus producciones sean explotadas en un mayor número de canales de exhibición.

Considero que el hecho de que el cine sea concebido como un espectáculo, que tiene como objetivo divertir o entretener a un determinado público, no está reñido con la finalidad de que una película, independientemente del país origen, deba cumplir con un mínimo de requisitos tanto en la composición estética como narrativa o musical, ya que el espectador, nacional o extranjero, tendrá la última palabra en definir si una película es buena o mala.

Quiero terminar con una frase de Vicente Lombardo Toledano que responde al cómo se podría sacar de la crisis al cine mexicano: "Cuando nuestro cine se halle a la altura del pueblo, México podrá ocupar un sitio de honor en el campo de la cultura universal".

ANEXO 1. CINES, PANTALLAS Y CADENAS DISTRIBUIDOS POR CADA ESTADO DE LA REPÚBLICA MEXICANA.

Cuadro 1. Cadenas, cines y pantallas en la República Mexicana, 2002.

No. Cadena	Cine	Pantallas	Estado	Ciudad
1	CMK Expoplaza	10	Aguascalientes	Aguascalientes
2	INDM Cinema CTM	1	Aguascalientes	Aguascalientes
3	INDM Descubre Imax	1	Aguascalientes	Aguascalientes
4	MMC MMC	10	Aguascalientes	Aguascalientes
5	RMRZ Cinepólis Aguascalientes	14	Aguascalientes	Aguascalientes
6	RMRZ Mc El Dorado	3	Aguascalientes	Aguascalientes
7	RUMR Cristal	7	Aguascalientes	Aguascalientes
	Subtotal	46	Aguascalientes	
8	CMK Mundo Divertido	12	Baja California	Tijuana
9	CMK Plaza Minarete	10	Baja California	Tijuana
10	CMK Mexicali	7	Baja California	Mexicali
11	INDM Cinema Star	10	Baja California	Tijuana
12	INDM Paraíso	10	Baja California	Cabo San Lucas
13	INDM Tecate	4	Baja California	Tijuana
14	INDM Ensenada	3	Baja California	Ensenada
15	INDM Latino	2	Baja California	Tijuana
16	INDM Planetario Imax	1	Baja California	Tijuana
17	RMRZ Cinepólis Monarca	14	Baja California	Tijuana
18	RMRZ Cinepólis Plaza Río	14	Baja California	Tijuana
19	RMRZ Cinepólis Nuevo Mexicali	12	Baja California	Mexicali
20	RMRZ Cinepólis Cívico	11	Baja California	Mexicali
21	RMRZ Cinepólis Plaza Carru	10	Baja California	Tijuana
22	RMRZ Cinepólis Plaza Río VIP	3	Baja California	Tijuana
23	RMRZ Multicinas Plaza Otay	3	Baja California	Tijuana
24	RMRZ G Balboa	2	Baja California	Ensenada
25	RMRZ G Cachanilla	2	Baja California	Mexicali
26	RMRZ G Gigante	2	Baja California	Mexicali
27	RMRZ G Misión	2	Baja California	Ensenada
	Subtotal	134	Baja California	
28	INDM Vers S Lucas	6	Baja California Sur	Cabo San Lucas
29	INDM Vers La Paz	4	Baja California Sur	La Paz
30	INDM Vers S Jose	3	Baja California Sur	San José
31	INDM Excelaris	2	Baja California Sur	La Paz
	Subtotal	15	Baja California Sur	
32	GENE Hollywood	6	Campeche	Ciudad del Carmen
33	GENE Hollywood	6	Campeche	Campeche
34	GENE Jaber	1	Campeche	Ciudad del Carmen
35	INDM Alambra	3	Campeche	Campeche
36	INDM Isla	3	Campeche	Ciudad del Carmen
	Subtotal	19	Campeche	
37	GIRN Cineworld	4	Chiapas	Tuxtla Gutiérrez
38	GIRN Chiapas	1	Chiapas	Tuxtla Gutiérrez

No.	Cadena	Cine	Pantallas	Estado	Ciudad
39	INDM	Xtreme Cinemas	10	Chiapas	Tuxtla Gutiérrez
40	INDM	Galaxia 2000	2	Chiapas	Comitán
41	INDM	Santa Clara	2	Chiapas	San Cristobal
42	INDM	Alameda	1	Chiapas	Tuxtla Gutiérrez
43	INDM	Vistarama	1	Chiapas	Tuxtla Gutiérrez
44	RMRZ	Cinepólis Plaza Crys	8	Chiapas	Tapachula
45	RMRZ	G Plaza Tuxtla	2	Chiapas	Tuxtla Gutiérrez
		Subtotal	31	Chiapas	
46	CMK	Plaza Hollywood	12	Chihuahua	Chihuahua
47	CMK	Plaza El Camino	10	Chihuahua	Ciudad Juárez
48	INDM	Multimax	4	Chihuahua	Ciudad Delicias
49	MMC	Tec Cinemas	14	Chihuahua	Ciudad Juárez
50	MMC	MMC Iglesias	11	Chihuahua	Ciudad Juárez
51	MMC	MMC Mirador	10	Chihuahua	Chihuahua
52	MMC	San Lorenzo	10	Chihuahua	Ciudad Juárez
53	MMC	MMC F Mares	6	Chihuahua	Chihuahua
54	MMC	Sanders	6	Chihuahua	Ciudad Juárez
55	MMC	Revolución	3	Chihuahua	Chihuahua
56	RMRZ	Cinepólis Chihuahua	14	Chihuahua	Chihuahua
57	RMRZ	Cinepólis Plaza Del Sol	14	Chihuahua	Chihuahua
58	RMRZ	Multicinas Futurama	4	Chihuahua	Ciudad Juárez
59	RMRZ	Multicinas Plaza Sor	4	Chihuahua	Ciudad Juárez
60	RMRZ	Multicinas Americas	3	Chihuahua	Ciudad Juárez
		Subtotal	125	Chihuahua	
61	CMK	Saltillo	5	Coahuila	Saltillo
62	EDB	Alameda	6	Coahuila	Saltillo
63	EDB	Virginia	4	Coahuila	Ciudad Acuda
64	EDB	Azteca 4 Multiplex	4	Coahuila	Monclova
65	EDB	Cineplex Tec	4	Coahuila	Piedras Negras
66	EDB	Chapultepec	3	Coahuila	Nueva Rosita
67	EDB	Cavisa	2	Coahuila	Piedras Negras
68	EDB	Villarreal 70	1	Coahuila	Piedras Negras
69	INDM	Hoyts	10	Coahuila	Saltillo
70	INDM	Gemelos Plus	6	Coahuila	Torreón
71	INDM	Multimax Rev	2	Coahuila	Torreón
72	MMC	MMC	10	Coahuila	Torreón
73	MMC	MMC	8	Coahuila	Monclova
74	MMC	MM Lourdes	6	Coahuila	Saltillo
75	MMC	MM Coss	4	Coahuila	Saltillo
76	MMC	MMC	4	Coahuila	Ciudad Acuda
77	RMRZ	Cinepólis Galerias	14	Coahuila	Torreón
78	RMRZ	Cinepólis 4 Caminos	11	Coahuila	Torreón
79	RMRZ	Multicinas Gigante	3	Coahuila	Saltillo
80	RUMR	Multimax Diag	6	Coahuila	Torreón
		Subtotal	113	Coahuila	
81	INDM	Jorge Stahl	4	Colima	Colima
82	INDM	Anros	3	Colima	Manzanillo

No.	Cadena	Cine	Pantallas	Estado	Ciudad
83	INDM	Fiesta	2	Colima	Manzanillo
84	INDM	Plaza	2	Colima	Tecomán
85	INTC	Metropolis	4	Colima	Colima
86	MMC	MMC	9	Colima	Colima
		Subtotal	24	Colima	
87	CMK	Pedregal	10	Distrito Federal	Álvaro Obregón
88	CNMX	Loreto	10	Distrito Federal	Álvaro Obregón
89	CNMX	Altavista	6	Distrito Federal	Álvaro Obregón
90	CNMX	San Antonio	9	Distrito Federal	Álvaro Obregón
91	CCLUB	Cinemanía	3	Distrito Federal	Álvaro Obregón
92	RMRZ	Cinepólis Azcapotzalco	6	Distrito Federal	Azcapotzalco
93	CNMX	WTC	14	Distrito Federal	Benito Juárez
94	CNMX	Universidad	12	Distrito Federal	Benito Juárez
95	CNMX	Manacar	9	Distrito Federal	Benito Juárez
96	GBL	Continental	8	Distrito Federal	Benito Juárez
97	MMC	Insurgentes	3	Distrito Federal	Benito Juárez
98	RMRZ	Cinepólis Universidad	19	Distrito Federal	Benito Juárez
99	RMRZ	Hacienda	1	Distrito Federal	Benito Juárez
100	LUM	Tlalpan	8	Distrito Federal	Coyoacán
101	CMK	Pericoapa	15	Distrito Federal	Coyoacán
102	CMK	Centro Nacional De Las Artes	12	Distrito Federal	Coyoacán
103	CNMX	Coapa	12	Distrito Federal	Coyoacán
104	GBL	Coyoacán	4	Distrito Federal	Coyoacán
105	RMRZ	Cinepólis Perisur	19	Distrito Federal	Coyoacán
106	RMRZ	Cinepólis Miramontes	15	Distrito Federal	Coyoacán
107	CCLUB	Centro Cultural Universitario	2	Distrito Federal	Coyoacán
108	CCLUB	Cineteca Nacional	6	Distrito Federal	Coyoacán
109	CNMX	Santa Fe	14	Distrito Federal	Cuajimalpa
110	LUM	Centro Cultural Telmex	10	Distrito Federal	Cuauhtémoc
111	LUM	Reforma	4	Distrito Federal	Cuauhtémoc
112	CNMX	Galerías	14	Distrito Federal	Cuauhtémoc
113	CNMX	Cuauhtémoc	12	Distrito Federal	Cuauhtémoc
114	CNMX	Palacio Chino	11	Distrito Federal	Cuauhtémoc
115	CNMX	Real	8	Distrito Federal	Cuauhtémoc
116	CNMX	Insurgentes	7	Distrito Federal	Cuauhtémoc
117	RMRZ	Cinepólis Diana	8	Distrito Federal	Cuauhtémoc
118	RMRZ	Cinepólis Bucareli	6	Distrito Federal	Cuauhtémoc
119	RMRZ	Multicinas La Raza	3	Distrito Federal	Cuauhtémoc
120	CNMX	Ticomán	14	Distrito Federal	G. A. Madero
121	CNMX	Misterios	10	Distrito Federal	G. A. Madero
122	CNMX	Tenayuca	9	Distrito Federal	G. A. Madero
123	CNMX	Aragón	12	Distrito Federal	G. A. Madero
124	RMRZ	Multicinas Plaza Oriente	4	Distrito Federal	G. A. Madero
125	RMRZ	Multicinas Plaza Tepeyac	3	Distrito Federal	G. A. Madero
126	RMRZ	Multicinas Torres	5	Distrito Federal	G. A. Madero
127	CMK	Plaza Oriente	10	Distrito Federal	Iztapalapa
128	CMK	Tláhuac	10	Distrito Federal	Iztapalapa

No.	Cadena	Cine	Pantallas	Estado	Ciudad
129	CNMX	Zaragoza	12	Distrito Federal	Iztapalapa
130	CNMX	Iztapalapa	12	Distrito Federal	Iztapalapa
131	GUE	Guelatao	2	Distrito Federal	Iztapalapa
132	INTC	Plaza Lomas Estrella	6	Distrito Federal	Iztapalapa
133	RMRZ	Multicinemas Churubusco	3	Distrito Federal	Iztapalapa
134	RMRZ	Cien	1	Distrito Federal	Iztapalapa
135	MMC	Linterna Mágica	2	Distrito Federal	M. Contreras
136	CMK	Polanco	8	Distrito Federal	Miguel Hidalgo
137	CMK	Duraznos	10	Distrito Federal	Miguel Hidalgo
138	CNMX	Polanco	11	Distrito Federal	Miguel Hidalgo
139	CNMX	Legaria	10	Distrito Federal	Miguel Hidalgo
140	ECO	Ermita	6	Distrito Federal	Miguel Hidalgo
141	RMRZ	Cinepólis Pabellón Bosques	5	Distrito Federal	Miguel Hidalgo
142	CNMX	Casa de Arte	4	Distrito Federal	Miguel Hidalgo
143	LUM	Prado Coapa	10	Distrito Federal	Tlalpan
144	CNMX	Cuicuilco	12	Distrito Federal	Tlalpan
145	CNMX	Gran Sur	12	Distrito Federal	Tlalpan
146	PED	Pedregal Lago	2	Distrito Federal	Tlalpan
147	INDM	Xochimilco	4	Distrito Federal	Xochimilco
		Subtotal	509	Distrito Federal	
148	INDM	Durango	1	Durango	Durango
149	RMRZ	Cinepólis Durango	10	Durango	Durango
150	RUMR	Multimax	8	Durango	Durango
151	RUMR	Multimax	8	Durango	Gómez Palacios
		Subtotal	27	Durango	
152	CLUM	Chalco	10	EDOMEX	Chalco
153	CLUM	Ixtapaluca	10	EDOMEX	Ixtapaluca
154	CLUM	Texcoco	10	EDOMEX	Texcoco
155	CNMX	Mundo E	19	EDOMEX	Tlalnequililla
156	CNMX	Metepec	14	EDOMEX	Toluca
157	CNMX	Coacalco	12	EDOMEX	Coacalco
158	CNMX	Perinorte	12	EDOMEX	Tultitlán
159	CNMX	San Mateo	12	EDOMEX	Naucalpan
160	CNMX	Ecatepec	10	EDOMEX	Ecatepec
161	CNMX	Los Reyes	10	EDOMEX	Los Reyes
162	CNMX	Palomas	10	EDOMEX	Ecatepec
163	CNMX	Toluca	9	EDOMEX	Toluca
164	INDM	Plaza	4	EDOMEX	Texcoco
165	INDM	Pza Mariana	4	EDOMEX	Jocotitlán
166	INDM	Reyes 2000	4	EDOMEX	Los Reyes
167	INDM	Atizapan	3	EDOMEX	Atizapán
168	INDM	Dimensión 35	2	EDOMEX	Cuautitlán Izcl
169	INDM	Papanoa	2	EDOMEX	Ciudad Neza
170	INDM	Santa Lucía	1	EDOMEX	Tecamac
171	INDM	Tizoc	1	EDOMEX	Jilotepec
172	INDM	Tonatiuh	1	EDOMEX	Tonatico
173	INDM	Xilotzín	1	EDOMEX	Jilotepec

No.	Cadena	Cine	Pantallas	Estado	Ciudad
174	INTC	Valle Dorado	8	EDOMEX	Atizapán
175	INTC	Plaza La Morena	5	EDOMEX	Texcoco
176	INTC	Metropolis	4	EDOMEX	Tultitlan
177	INTC	Chimalhuacan	3	EDOMEX	Ciudad Neza
178	MMC	MM Lerma	10	EDOMEX	Toluca
179	MMC	MMC	8	EDOMEX	Cuautitlán Izcl
180	RMRZ	Cinepólis Plaza Aragón	19	EDOMEX	Ecatepec
181	RMRZ	Cinepólis Interl	16	EDOMEX	Huixquilucan
182	RMRZ	Cinepólis Plaza Satélite	15	EDOMEX	Naucalpan
183	RMRZ	Cinepólis Galerías	14	EDOMEX	Toluca
184	RMRZ	Cinepólis Coacalco	12	EDOMEX	Coacalco
185	RMRZ	Cinepólis Izcalli	10	EDOMEX	Cuautitán Izcalli
186	RMRZ	Multicinas Center plaza	8	EDOMEX	Ecatepec
187	RMRZ	Cinepólis Toluca	7	EDOMEX	Toluca
188	RMRZ	Cinepólis Hollywood	5	EDOMEX	Naucalpan
189	RMRZ	Multicinas Las Armas	5	EDOMEX	Tlalnepantla
190	RMRZ	Cinepólis Interl VIP	4	EDOMEX	Huixquilucan
191	RMRZ	Multicinas Atizapan	3	EDOMEX	Atizapan
192	RMRZ	Multicinas El Toreo	3	EDOMEX	Naucalpan
193	RMRZ	Multicinas Plaza Neza	3	EDOMEX	Ciudad Neza
194	RMRZ	Multicinas Villas Hacienda	3	EDOMEX	Atizapan
195	RMRZ	Gemelos Aragón	2	EDOMEX	Ciudad Neza
196	RMRZ	Gemelos Atlacomulco	2	EDOMEX	Atlacomulco
197	RMRZ	Gemelos Aurrera Izcalli	2	EDOMEX	Cuautitlan Izcl
198	RMRZ	Gemelos Tlalnepantla	2	EDOMEX	Tlalnepantla
199	RMRZ	Gemelos Tlloccan	2	EDOMEX	Toluca
200	RMRZ	Gemelos Via Morelos	2	EDOMEX	Ecatepec
		Subtotal	338	EDOMEX	
201	CMK	Irapuato	10	Guanajuato	Irapuato
202	INDM	Guanajuato	3	Guanajuato	Guanajuato
203	INDM	Rex	3	Guanajuato	Acambaro
204	INDM	Aries	2	Guanajuato	Salamanca
205	INDM	Cosmic	1	Guanajuato	San Felipe
206	INDM	Cosmic	1	Guanajuato	San Luis de la Paz
207	INDM	Delta	1	Guanajuato	León
208	INDM	Fox	1	Guanajuato	León
209	INDM	Galaxia	1	Guanajuato	León
210	INDM	Gama	1	Guanajuato	León
211	INDM	Geminis	1	Guanajuato	León
212	INDM	Libertad	1	Guanajuato	León
213	INDM	Omega	1	Guanajuato	León
214	INDM	Orión	1	Guanajuato	León
215	INDM	Versalles	1	Guanajuato	Salamanca
216	INTC	M Guanajuato	6	Guanajuato	Guanajuato
217	INTC	Metropolis	6	Guanajuato	Silao
218	MMC	Mmc Plaza Mayor	12	Guanajuato	León
219	MMC	Estrella	6	Guanajuato	León

No.	Cadena	Cine	Pantallas	Estado	Ciudad
220	MMC	Hollywood	6	Guanajuato	León
221	RMRZ	Cinepólis Max	17	Guanajuato	León
222	RMRZ	Cinepólis Americas	9	Guanajuato	Celaya
223	RMRZ	Cinepólis Galerías	7	Guanajuato	Salamanca
224	RMRZ	Cinepólis León	7	Guanajuato	León
225	RMRZ	Multicinas Gran Plaza	7	Guanajuato	León
226	RMRZ	Gemelos Gal Tec	2	Guanajuato	Celaya
227	RMRZ	Gemelos Irapuato	2	Guanajuato	Irapuato
228	RMRZ	Gemelos S. M. Allende	2	Guanajuato	San Miguel Allende
229	RMRZ	Gaby	1	Guanajuato	Irapuato
		Subtotal	119	Guanajuato	
230	CMK	Oceanic 2000	8	Guerrero	Acapulco
231	INDM	Cinema	5	Guerrero	Acapulco
232	INDM	Gemelo	2	Guerrero	Ciudad Altamirano
233	INDM	Jacarandas	2	Guerrero	Chilpancingo
234	INDM	Plaza	2	Guerrero	Iguala
235	INDM	Cinema 80	1	Guerrero	Iguala
236	INDM	Flamingo	1	Guerrero	Ixtapa Zihuatán
237	INDM	Gemelo	1	Guerrero	Ixtapa Zihuatán
238	INDM	Independencia	1	Guerrero	Iguala
239	INDM	Oplaza	1	Guerrero	Chilpancingo
240	INDM	Paraiso	1	Guerrero	Ixtapa Zihuatán
241	INTC	Chilpancingo	6	Guerrero	Chilpancingo
242	MMC	Mmc	8	Guerrero	Acapulco
243	RMRZ	Cinepólis Gran Plaza	9	Guerrero	Acapulco
		Subtotal	48	Guerrero	
244	EANG	Multicinas	3	Hidalgo	Tulancingo
245	EANG	Plaza 2000	1	Hidalgo	Pachuca
246	INDM	Cinemanía	2	Hidalgo	Actopan
247	INDM	Allende	1	Hidalgo	Tulancingo
248	INDM	Real Cinema	1	Hidalgo	Ixmiquilpan
249	INTC	M Tulancingo	5	Hidalgo	Tulancingo
250	MMC	MM Plaza Valle	7	Hidalgo	Pachuca
251	RMRZ	Cinepólis Plaza Bella	7	Hidalgo	Pachuca
		Subtotal	27	Hidalgo	
252	CLUM	Zapopan	14	Jalisco	Guadalajara
253	CMK	Plaza Milenium	12	Jalisco	Guadalajara
254	CNMX	Guadalajara	15	Jalisco	Guadalajara
255	HNRY	De Moreno	4	Jalisco	Lagos De Moreno
256	INDM	Bahía	5	Jalisco	Puerto Vallarta
257	INDM	Bugambilia	5	Jalisco	Guadalajara
258	INDM	Versalles	5	Jalisco	Puerto Vallarta
259	INDM	Del Bosque	2	Jalisco	Guadalajara
260	INDM	Lux	2	Jalisco	Guadalajara
261	INDM	Luz María	2	Jalisco	Puerto Vallarta
262	INDM	Anros	1	Jalisco	Ciudad Guzmán
263	INDM	Cinematografo 2	1	Jalisco	Guadalajara

No. Cadena	Cine	Pantallas	Estado	Ciudad	
264	INDM	Cinematografo 3	1	Jalisco	Guadalajara
265	INDM	Cinerama Autlan	1	Jalisco	Autlan
266	INDM	Colonial	1	Jalisco	Puerto Vallarta
267	INDM	Del Centro	1	Jalisco	Guadalajara
268	INDM	Foro	1	Jalisco	Guadalajara
269	MMC	MM Río Nilo	14	Jalisco	Guadalajara
270	MMC	MM Cordilleras	9	Jalisco	Guadalajara
271	RMRZ	Cinepólis Centro Magno	19	Jalisco	Guadalajara
272	RMRZ	Cinepólis Gran Plaza	14	Jalisco	Guadalajara
273	RMRZ	Cinepólis Pabellón	14	Jalisco	Guadalajara
274	RMRZ	Cinepólis Arboledas	10	Jalisco	Guadalajara
275	RMRZ	Multicinas Normal	6	Jalisco	Guadalajara
276	RMRZ	Multicinas Plaza Ind	6	Jalisco	Guadalajara
277	RMRZ	Cinepólis Tolsa	5	Jalisco	Guadalajara
278	RMRZ	Multicinas Obiatis	4	Jalisco	Guadalajara
279	RMRZ	Multicinas Plaza del Sol	4	Jalisco	Guadalajara
280	RMRZ	Multicinas Fuentes	3	Jalisco	Guadalajara
281	RMRZ	Gemelos Las torres	2	Jalisco	Guadalajara
282	RMRZ	Gemelos México	2	Jalisco	Guadalajara
283	RMRZ	Gemelos Plaza Rev	2	Jalisco	Guadalajara
		Subtotal	187	Jalisco	
284	INDM	Leo	4	Michoacán	Zitacuero
285	INDM	Madero	3	Michoacán	Zamora
286	INDM	Flamingos	2	Michoacán	Lázaro Cárdenas
287	INDM	Gemelos	2	Michoacán	Zacapu
288	INDM	Gemelos	2	Michoacán	La Piedad
289	INDM	Jardinadas	2	Michoacán	Zamora
290	INDM	Teatro de la Ciudad	2	Michoacán	La Piedad
291	INDM	Cine War	1	Michoacán	Lázaro Cárdenas
292	INDM	Cinema 2000	1	Michoacán	Apatzingan
293	INDM	Palacio	1	Michoacán	Los Reyes
294	INDM	Tikal	1	Michoacán	Lázaro Cárdenas
295	INDM	Virrey	1	Michoacán	Zamora
296	RMRZ	Cinepólis Plaza Morel	16	Michoacán	Morelia
297	RMRZ	Cinepólis La Huerta	15	Michoacán	Morelia
298	RMRZ	Multicinas Americas	4	Michoacán	Uruapan
299	RMRZ	Multicinas Centro	3	Michoacán	Morelia
		Subtotal	60	Michoacán	
300	CNMX	Diana	12	Morelos	Cuernavaca
301	CNMX	Jacarandas	10	Morelos	Cuernavaca
302	INTC	Metropolis Plazas	4	Morelos	Cuernavaca
		Subtotal	26	Morelos	
303	INDM	Del Valle	2	Nayarit	Tepic
304	INDM	Insurgentes	2	Nayarit	Tepic
305	MMC	MMC	9	Nayarit	Tepic
		Subtotal	13	Nayarit	
306	CMK	Plaza Real	12	Nuevo León	Monterrey

No.	Cadena	Cine	Pantallas	Estado	Ciudad
307	EDB	Cuauhtemoc	4	Nuevo León	Monterrey
308	EDB	Plaza	4	Nuevo León	Monterrey
309	EDB	Río 70	1	Nuevo León	Monterrey
310	INDM	Vivac Palmas	6	Nuevo León	Monterrey
311	INDM	Vivac Sierra	4	Nuevo León	Monterrey
312	INDM	Raly	2	Nuevo León	Monterrey
313	MMC	MM Las Amer	12	Nuevo León	Monterrey
314	MMC	MM La Silla	11	Nuevo León	Monterrey
315	MMC	MM Contry	10	Nuevo León	Monterrey
316	MMC	MM Cumbres	10	Nuevo León	Monterrey
317	MMC	MM Cumbres Plus	10	Nuevo León	Monterrey
318	MMC	MM Rev	10	Nuevo León	Monterrey
319	MMC	MM Sto. Dom	10	Nuevo León	Monterrey
320	MMC	MM Valle	10	Nuevo León	Monterrey
321	MMC	Inicinemas	9	Nuevo León	Monterrey
322	MMC	MM Escobedo	6	Nuevo León	Monterrey
323	MMC	MM Versailles	6	Nuevo León	Monterrey
324	MMC	Hollywood	5	Nuevo León	Monterrey
325	MMC	Astra Gpe	4	Nuevo León	Monterrey
326	MMC	Cadereyta	4	Nuevo León	Monterrey
327	MMC	Gemelos Tec	4	Nuevo León	Monterrey
328	MMC	Hollywood seis	3	Nuevo León	Monterrey
329	RMRZ	Cinepólis Sendero	18	Nuevo León	Monterrey
330	RMRZ	Cinepólis Monterrey	13	Nuevo León	Monterrey
331	RMRZ	Cinepólis Pablo Livas	11	Nuevo León	Monterrey
332	RMRZ	Multicinas Ángeles	3	Nuevo León	Monterrey
333	RMRZ	Multicinas Gig Cen	3	Nuevo León	Monterrey
334	RMRZ	Multicinas San Nico	3	Nuevo León	Monterrey
335	RMRZ	CinepólisAgus VIP	2	Nuevo León	Monterrey
		Subtotal	210	Nuevo León	
336	HNRV	Tuxtepec	4	Oaxaca	Tuxtepec
337	HNRV	Salina Cruz	3	Oaxaca	Salinas Cruz
338	HNRV	Sección 38	1	Oaxaca	Salina Cruz
339	INDM	Geminis	4	Oaxaca	Oaxaca
340	INDM	Ariel	1	Oaxaca	Oaxaca
341	INDM	Casas Grandes	1	Oaxaca	Juchitán
342	INDM	Reforma	1	Oaxaca	Oaxaca
343	INDM	Versalles	1	Oaxaca	Oaxaca
344	RUMR	Multimax	10	Oaxaca	Oaxaca
		Subtotal	26	Oaxaca	
345	HNRV	Cinema Henry	5	Puebla	Teziutlán
346	INDM	Geminis	2	Puebla	Tehuacan
347	INDM	Las Fuentes	2	Puebla	Puebla
348	INDM	Santander	1	Puebla	Tehuacan
349	INDM	Santander II	1	Puebla	Tehuacan
350	INDM	Volcán	1	Puebla	Atlixco
351	INTC	Latino Plus	2	Puebla	San Martín Tex

No.	Cadena	Cine	Pantallas	Estado	Ciudad
352	MMC	MM Del Parque	9	Puebla	Puebla
353	MMC	Cinema	8	Puebla	Puebla
354	MMC	MM Libramiento	7	Puebla	Puebla
355	RMRZ	Cinepólis Angelop	14	Puebla	Puebla
356	RMRZ	Cinepólis La Noria	12	Puebla	Puebla
357	RMRZ	Cinepólis Boulevares	9	Puebla	Puebla
358	RMRZ	Cinepólis Plaza Crys	8	Puebla	Puebla
359	RMRZ	Gemelos Paseo Bravo	2	Puebla	Puebla
360	RMRZ	Gemelos Plaza Loreto	2	Puebla	Puebla
361	RMRZ	Gemelos Plaza Pedro	2	Puebla	Puebla
		Subtotal	87	Puebla	
362	CMK	Boulevares	12	Querétaro	Querétaro
363	CMK	Carrefour	7	Querétaro	Querétaro
364	INDM	Sagitario	2	Querétaro	San Juan Del Río
365	RMRZ	Cinepolis Querétaro	10	Querétaro	Querétaro
366	RMRZ	Multicinas Plaza Parque	3	Querétaro	Querétaro
367	RMRZ	Gemelos Plaza Amer	2	Querétaro	Querétaro
368	RMRZ	Gemelos Zaragoza	2	Querétaro	Querétaro
		Subtotal	38	Querétaro	
369	CMK	La Isla	5	Quintana Roo	Cancún
370	GENE	Tulum	5	Quintana Roo	Cancún
371	GENE	Hollywood	3	Quintana Roo	Playa Del Carmen
372	GENE	Blanquita	1	Quintana Roo	Cancún
373	INDM	Borge	1	Quintana Roo	Cozumel
374	INDM	Campestre	1	Quintana Roo	Chetumal
375	RMRZ	Cinepólis Cancún	10	Quintana Roo	Cancún
376	RMRZ	Cinepólis Cancún VIP	7	Quintana Roo	Cancún
377	RMRZ	Cinepólis Cozumel	7	Quintana Roo	Cozumel
		Subtotal	40	Quintana Roo	
378	MMC	MM Paseo	10	San Luis Potosí	San Luis Potosí
379	MMC	MMC Avenida	8	San Luis Potosí	San Luis Potosí
380	RMRZ	Cinepólis S.L.P	11	San Luis Potosí	San Luis Potosí
381	RMRZ	Multicinas Tangamanga	3	San Luis Potosí	San Luis Potosí
382	RMRZ	Valle 70	1	San Luis Potosí	Ciudad Valles
		Subtotal	33	San Luis Potosí	
383	INDM	Gaviotas	6	Sinaloa	Mazatlán
384	INDM	Cinemagic	3	Sinaloa	Gusave
385	INDM	Selmar	2	Sinaloa	Mazatlán
386	MMC	MMC	10	Sinaloa	Mazatlán
387	MMC	MMC	10	Sinaloa	Culiacán
388	MMC	MM Toreo	7	Sinaloa	Mazatlán
389	RMRZ	Cinepólis Culiacán	15	Sinaloa	Culiacán
390	RMRZ	Multicinas Culiacán	4	Sinaloa	Culiacán
391	RMRZ	Multicinas Americas	3	Sinaloa	Mazatlán
392	RMRZ	Multicinas Fiesta	3	Sinaloa	Mazatlán
393	RMRZ	Gemelos Los Mochis	2	Sinaloa	Los Mochis
394	RUMR	Multimax	5	Sinaloa	Guamuchil

No. Cadena	Cine	Pantallas	Estado	Ciudad
	Subtotal	70	Sinaloa	
395	CMK Metro Centro	10	Sonora	Hermosillo
396	CMK Carrefour	9	Sonora	Hermosillo
397	MMC MMC Encinas	11	Sonora	Hermosillo
398	RMRZ Cinepólis Hermosillo	10	Sonora	Hermosillo
399	RMRZ Gemelos Ciudad Obregón	2	Sonora	Ciudad Obregón
400	RMRZ Gemelos Nogales	2	Sonora	Nogales
401	RMRZ Gemelos Plaza Tutuli	2	Sonora	Ciudad Obregón
402	RMRZ Guaymas	1	Sonora	Guaymas
	Subtotal	47	Sonora	
403	GENE Morales	1	Tabasco	Cárdenas
404	INDM G Suárez	2	Tabasco	Villahermosa
405	INDM Vanguardía	2	Tabasco	Villahermosa
406	INDM Alberto	1	Tabasco	Villahermosa
407	INDM Cárdenas	1	Tabasco	Cárdenas
408	INDM Vicente Guerrero	1	Tabasco	Comacalco
409	MMC MMC	10	Tabasco	Villahermosa
410	RMRZ Cinepólis Villaher	15	Tabasco	Villahermosa
411	RMRZ Cinepólis Americas	12	Tabasco	Villahermosa
	Subtotal	45	Tabasco	
412	CMK Plaza del Rio	10	Tamaulipas	Reynosa
413	EANG Azteca 4 Multiplex	5	Tamaulipas	Río Bravo
414	INTC Metropolis	8	Tamaulipas	Reynosa
415	MMC MM Z Dorada	10	Tamaulipas	Reynosa
416	MMC MMC	10	Tamaulipas	Tampico
417	MMC MM dos Laredos	9	Tamaulipas	Nuevo Laredo
418	MMC MM Hidalgo	9	Tamaulipas	Reynosa
419	MMC MMC	9	Tamaulipas	Matamoros
420	MMC MMC Plaza Real	7	Tamaulipas	Nuevo Laredo
421	MMC MMC	5	Tamaulipas	Ciudad Victoria
422	MMC MMC	5	Tamaulipas	Ciudad Mante
423	MMC Diana	4	Tamaulipas	Tampico
424	MMC MMC	4	Tamaulipas	Río Bravo
425	MMC Plaza Plus	4	Tamaulipas	Tampico
426	RMRZ Cinepólis Plaza Fiesta	15	Tamaulipas	Matamoros
427	RMRZ Cinepólis Tampico	15	Tamaulipas	Tampico
428	RMRZ Cinepólis Plaza Campestre	12	Tamaulipas	Ciudad Victoria
429	RMRZ Multicinas Univ	7	Tamaulipas	Tampico
430	RMRZ Multicinas Rex	4	Tamaulipas	Reynosa
431	RMRZ Multicinas México	3	Tamaulipas	Nuevo Laredo
432	RMRZ Gemelos Ciudad Victoria	2	Tamaulipas	Ciudad Victoria
433	RUMR Multimax	2	Tamaulipas	Ciudad Mante
	Subtotal	159	Tamaulipas	
434	INDM Alameda	4	Tlaxcala	Apizaco
435	INDM Multicine	4	Tlaxcala	Tlaxcala
436	INDM Apizaco	3	Tlaxcala	Apizaco
437	INDM Del Centro	1	Tlaxcala	Tlaxcala

No.	Cadena	Cine	Pantallas	Estado	Ciudad
438	INDM	Sala Miguel N. Lira	1	Tlaxcala	Tlaxcala
439	INDM	Santana	1	Tlaxcala	Tlaxcala
		Subtotal	14	Tlaxcala	
440	CMK	Jalapa	10	Veracruz	Jalapa
441	EANG	Aries	6	Veracruz	Onzaba
442	EANG	Cinemagic	6	Veracruz	Córdoba
443	HNRY	Hidalgo	7	Veracruz	Poza Rica
444	HNRY	Orizaba	6	Veracruz	Orizaba
445	HNRY	Tuxpan	4	Veracruz	Tuxpan
446	HNRY	Mocambo	2	Veracruz	Veracruz
447	HNRY	Paradiso	2	Veracruz	Córdoba
448	HNRY	San Andrés	2	Veracruz	Andrés Tuxtla
449	HNRY	Agustín Lara	1	Veracruz	Veracruz
450	HNRY	Toña La Negra	1	Veracruz	Veracruz
451	INDM	Fiesta	4	Veracruz	Orizaba
452	INDM	Mercurio	4	Veracruz	Mtz de la Torre
453	INDM	Petrocinemas	4	Veracruz	Coatzacoalcos
454	INDM	Pepes	2	Veracruz	Córdoba
455	INDM	C Estrada	1	Veracruz	Jalapa
456	INDM	Carmela Rey	1	Veracruz	Jalapa
457	INDM	Ceiba	1	Veracruz	Minatitlán
458	INDM	Cinemar	1	Veracruz	Naranjos
459	INDM	Pepes	1	Veracruz	Orizaba
460	INDM	Pepes	1	Veracruz	Jalapa
461	INDM	Sala Tajín	1	Veracruz	Jalapa
462	INDM	Sección	1	Veracruz	Tierra Blanca
463	INDM	Teatro Juárez	1	Veracruz	Coatzacoalcos
464	INDM	Tierra Blanca	1	Veracruz	Tierra Blanca
465	MMC	MMC	10	Veracruz	Veracruz
466	MMC	MM El Palmar	8	Veracruz	Coatzacoalcos
467	MMC	MMC	6	Veracruz	Poza Rica
468	RMRZ	Cinepólis Plaza Museo	10	Veracruz	Jalapa
469	RMRZ	Cinepólis Americas	9	Veracruz	Veracruz
470	RMRZ	Cinepólis Plaza Crystal	8	Veracruz	Minatitlán
471	RMRZ	Cinepólis Ver VIP	4	Veracruz	Veracruz
472	RMRZ	Multicinas Plaza Cristal	4	Veracruz	Jalapa
473	RMRZ	Multicinas Crystal	3	Veracruz	Coatzacoalcos
474	RMRZ	Gemelos Veracruz	2	Veracruz	Veracruz
475	RMRZ	Cinema 2000	1	Veracruz	Coatzacoalcos
		Subtotal	136	Veracruz	
476	GENE	Hollywood	6	Yucatán	Mérida
477	GENE	Siglo XXI	6	Yucatán	Mérida
478	GENE	Rex	2	Yucatán	Mérida
479	GENE	Fantasia	1	Yucatán	Mérida
480	GENE	Internacional	1	Yucatán	Mérida
481	INDM	Plus	2	Yucatán	Tizimin
482	INDM	Castillo	1	Yucatán	Uman

No. Cadena	Cine	Pantallas	Estado	Ciudad
483	INDM La Quinta	1	Yucatán	Tizimin
484	INDM Valladolid	1	Yucatán	Valladolid
485	INDM Variedades	1	Yucatán	Progreso
486	RMRZ Cinepólis Las Américas	14	Yucatán	Mérida
	Subtotal	36	Yucatán	
487	INDM Zacatecas	2	Zacatecas	Zacatecas
488	INDM Fuensanta	1	Zacatecas	Jerez
489	MMC MMC	10	Zacatecas	Zacatecas
490	RUMR Mullimax	4	Zacatecas	Fresnillo
491	RUMR Salas 2000	4	Zacatecas	Zacatecas
	Subtotal	21	Zacatecas	
	Total	2823		

Fuente: Elaboración propia con datos de CANACINE, 2002.

Cuadro 2. Complejos cinematográficos y pantallas por cadena de cine en la República Mexicana, 2002.

Cadena de cine	Complejos (número)	Pantallas (número)
INDM	144	320
RAMÍREZ	139	958
MMC	67	529
CINEMEX	36	400
CINEMARK	25	246
INTC	13	67
HNRY	13	42
GENE	12	39
EDB	10	33
RUMR	9	54
LUMIÈRE	8	76
OTROS	5	22
EANG	5	21
CCLUB	3	11
GIRN	2	5
Total	491	2823

Fuente: Elaboración propia con datos de CANACINE, 2002.

Cuadro 3. Complejos cinematográficos y pantallas por estado de la República Mexicana. 2002

Estado	Pantallas (número)	Complejos (número)
Distrito Federal	509	61
Estado de México	338	49
Nuevo León	210	30
Jalisco	187	32
Tamaulipas	159	22
Veracruz	136	36
Baja California	134	20
Chihuahua	125	6
Guanajuato	119	29
Coahuila	113	9
Puebla	87	17
Sinaloa	70	12
Michoacán	60	16
Guerrero	48	14
Sonora	47	8
Agascalientes	46	7
Tabasco	45	9
Quintana Roo	40	9
Querétaro	38	7
Yucatán	36	11
San Luis Potosí	33	5
Chiapas	31	20
Durango	27	4
Hidalgo	27	8
Morelos	26	3
Oaxaca	26	9
Colima	24	15
Zacatecas	21	5
Campeche	19	5
Baja California Sur	15	4
Tlaxcala	14	6
Nayarit	13	3
Total	2823	491

Fuente: Elaboración propia con datos del cuadro 1.

Cuadro 4. Películas que se estrenaron en salas comerciales en México, 1921-2004.

Año	Películas de estreno totales	Películas de estreno nacionales	Año	Películas de estreno totales	Películas de estreno nacionales
1921	638	12	1974	581	68
1922	526	15	1975	566	54
1923	499	7	1976	493	72
1924	433	3	1977	497	40
1925	481	3	1978	518	65
1926	470	6	1979	584	85
1927	508	6	1980	366	71
1928	537	4	1981	366	76
1929	482	2	1982	354	72
1930	244	4	1983	342	60
1931	244	1	1984	293	55
1932	278	5	1985	293	58
1933	275	12	1986	350	81
1934	348	23	1987	360	93
1935	286	24	1988	338	75
1936	389	20	1989	313	81
1937	388	33	1990	342	74
1938	284	42	1991	323	88
1939	405	35	1992	311	69
1940	460	37	1993	260	49
1941	434	27	1994	271	54
1942	432	50	1995	290	39
1943	389	57	1996	290	20
1944	340	64	1997	320	16
1945	363	67	1998	296	8
1946	393	77	1999	306	11
1947	440	62	2000	242	16
1948	445	78	2001	260	19
1949	441	107	2002	255	17
1950	433	105	2003	279	25
1951	446	111	2004	-	18
1952	471	98	Total	32293	4549
1953	409	78			
1954	448	80			
1955	397	77			
1956	448	78			
1957	354	80			
1958	481	98			
1959	459	89			
1960	500	100			
1961	446	108			
1962	462	95			
1963	404	84			
1964	381	82			
1965	394	77			
1966	326	76			
1968	363	58			
1969	380	80			
1970	400	87			
1971	481	79			
1972	442	79			
1973	456	70			

Fuente: Elaboración propia con datos de AMADOR, Ma. Luisa, *Cartelera cinematográfica 1920-1929*, México, UNAM, 1999.
— *Cartelera cinematográfica 1930-1939*, México, Filмотeca UNAM, 1980.
— *Cartelera cinematográfica 1940-1949*, México, UNAM-CUEC, 1982.
— *Cartelera cinematográfica 1950-1959*, México, UNAM-CUEC, 1985.
— *Cartelera cinematográfica 1960-1969*, México, UNAM-CUEC, 1986.
— *Cartelera cinematográfica 1970-1979*, México, Coordinación de Difusión Cultural-CUEC, 1988.
Dirección cinematográfica de RTC, Películas Nacionales, CANACINE, Videocine e Imcino.

Cuadro 5. Películas mexicanas de las que no se conoce el número de espectadores ni los ingresos en taquilla

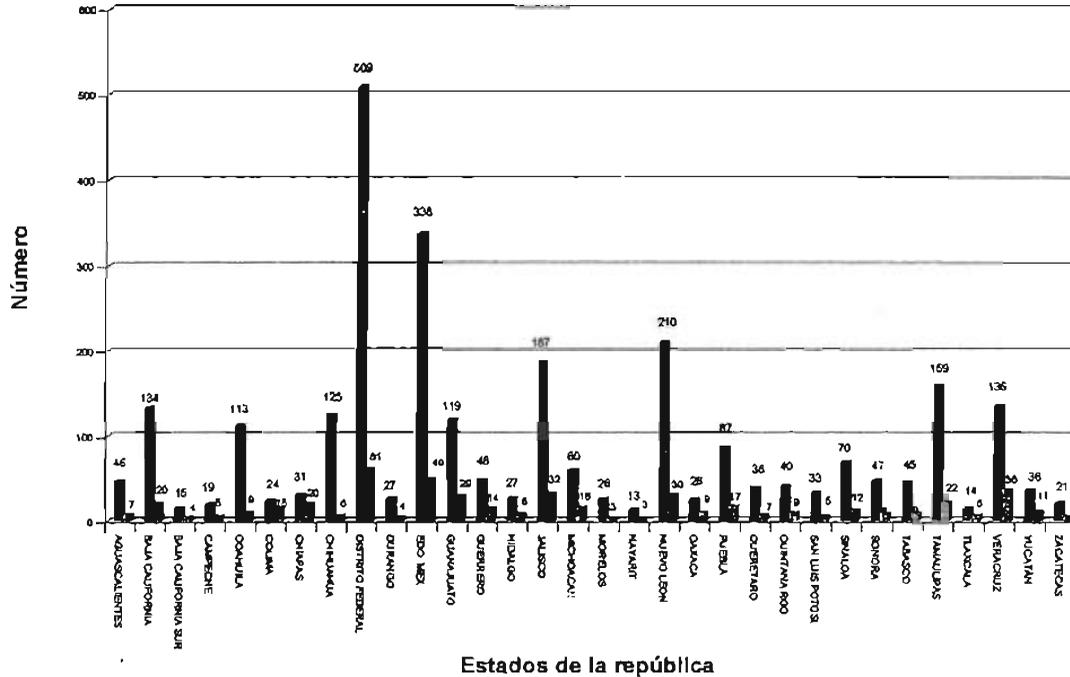
Año	Película	Distribuidor	Fecha estreno	Director
1995	Dólar mambo	Programa Doble	03/01/95	Paul Leduc
1995	Masacre en río Tula	CMC	03/01/95	Ismael Rodríguez
1995	La última fuga	CMC	08/01/95	Gilberto de Anda
1995	Mi novia ya no es Virginia	Cinematográfica Vicarsa	10/02/95	Victor M. Castro
1995	Salto al vacío	Videocine	10/03/95	José Luis Urquileta
1995	Arma secreta	Video Prods.Tijuana	17/03/95	Sergio Goyri
1995	La vibora	Videocine	17/03/95	Raúl Araiza
1995	Hasta que los cuernos nos separen	Videocine	24/03/95	Benito Alazraki
1995	Mecánica mexicana	Videocine	31/03/95	J. Fernando Pérez Gavián
1995	El gato con gatitas	Corp. Mex. de Cine	07/04/95	Jesús Frago
1995	Santo enredo	Videocine	14/04/95	Joaquín Bissner
1995	La hiena humana	Corp. Mex. de Cine	21/04/95	Ismael Rodríguez
1995	Guerrero negro	Videocine	28/04/95	Raúl Araiza
1995	Me tengo que casar	Videocine	05/05/95	Manolo García
1995	Juego de placer salvaje	Corp. Mex. de Cine	07/05/95	René Cardona III
1995	El fiscal de hierro IV	CMC	16/06/95	René Cardona III
1995	Bésame en la boca	Videocine	23/06/95	Abraham Cherm
1995	Cómplices del infierno	Videocine	23/06/95	J. Fernando Pérez Gavilan
1995	La reina de la noche	UIP	14-07-95	Arturo Ripstein
1995	El otro crimen	UNAM	26/08/95	González Morantes
1995	Crimen perfecto	Videocine	08/09/95	Rafael Montero
1995	Algunas nubes	Videocine	15/09/95	Carlos García Agraz
1995	El jardín del edén	UIP/Imcine	29/09/95	María Novaro
1995	Fuera ropa	CMC	20/10/95	Rubén Galindo
1995	Morena	Videocine	20/10/95	Jorge Ramírez Suárez
1995	El arrecife de los alacranes	Videocine	10/11/95	Hugo Stiglitz
1995	Tirano banderas	UIP	17/11/95	José Luis García A.
1995	Mujeres insumisas	Videocine	24/11/95	Alberto Isaac
1995	A oscuras me da risa	Videocine	01/12/95	Manolo García
1995	Embrujo de rock	Videocine	22/12/95	Rafael Montero
1996	Fronterilandia	ND	01-05-96	Jesse Lerner
1996	Bonita	Videocine	10-05-96	Rafael Montero
1996	La loca risa en vacaciones 7	Videocine	05-07-96	René Cardona Jr.
1996	Dulces compañías	Videocine	01-08-96	Oscar Blancarte
1996	La línea paterna	Imcine	27-09-96	Sistach / Bull
1996	La mujer de los dos	ND	09-10-96	Gilberto Mtz Solares
1996	Profundo carmesí	Videocine	28-10-96	Arturo Ripstein
1996	La super risa en vacaciones	Videocine	11-11-96	René Cardona Jr.
1996	Reencuentros	ND	ND	Reyes Bercini
1996	El despertar del sexo	ND	ND	Angel Rodríguez Vazquez
1996	Edipo alcalde	ND	ND	Jorge Ali Triana
1996	Heads	ND	ND	Raúl Fernández
1996	Santo luzbel	ND	ND	Miguel Sabido
1996	El día y la noche	ND	ND	Bernard Henri Ledy

Año	Película	Distribuidor	Fecha estreno	Director	
1997	Ámbar	Imcine	29/08/97	Luis Estrada	
1997	Alta tensión	UIP	06/06/97	Rodolfo de Anda	
1997	Juego limpio	Videocine	Feb-97	Marco Julio Linares	
1997	La noche de los sueños	Imcine	10/10/97	Ciro Duran	
1997	La ofrenda	ND	14/11/97	Francesca Fisher	
1997	Sálvame	Videocine	01/08/97	Adolfo Martínez Solares	
1997	Última llamada	Videocine	30/05/97	Carlos García Agraz	
1997	Los años Arruza	Flach Films	08/05/97	Emilio Maillé	
1997	El agujero	ND	ND	Beto Gómez	
1998	Bésame mucho	ND	28/10/98	Philippe Toledano	
1998	¿Quién diablos es Juliette?	Imcine	08/11/98	Carlos Marcovich	
1998	El evangelio de las maravillas	ND	ND	Arturo Ripstein	
1998	Que vivan los muertos	Videocine	ND	Joaquín Bissner	
1998	De noche vienes Esmeralda	ND	ND	Jaime Humberto Hermosillo	
1998	Los jóvenes amantes	ND	ND	Fdo. Pérez Gavilán	Cepias
1999	Un hillito de sangre	Imcine	25-06-99	Erwin Neumaier	11
1999	Libre de culpas	Imcine	06/08/99	Marcel Sisniega	11
1999	El cometa	Org. Ramírez	15/01/99	Maryse Sistach	25
1999	El baile	Videocine	15/10/99	José Luis Urqueta	7
1999	El apando (reestreno)	Imcine	ND	Felipe Cazals	ND
1999	Cascabel (reestreno)	Imcine	ND	Raúl Araiza	ND
1999	Fibra óptica	ND	05/02/99	Francisco Athié	ND
2004	Mil nubes de paz (...)	Alfa Alphaville	15/10/04	Julián Hernández	15
2004	Conejo en la luna	Gussi	01/10/04	Jorge Ramírez Suárez	200
2004	Cero y van cuatro	Videocine	10/12/04	Serrano, Sariflana,	200
2004	Mónica y el profesor	Pérezgrovas	05/10/04	Héctor Bonilla	7
2004	Santos peregrinos	Tres Piedras Prods.	26/11/04	Juan C. Carrasco	150
2004	Tiempo real	Hugo Stiglitz (Indep)	27/02/04	Fabrizio Prada	30
2004	Fantasías	UIP	11/06/04	Jorge Araujo	275
2004	Desnudos	Videocine	22/10/04	Enrique Gómez Badillo	ND
2004	Avisos de ocasión	Videocine	ND	Henry Bedwell	ND
2004	Gabriel Orozco	Gussi	18/06/04	Juan Carlos Martín	4
2004	Digna hasta el último aliento	Gussi	17/12/04	Felipe Cazals	20

ND: Dato no disponible

Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de diversas fuentes hemerográficas e Internet.

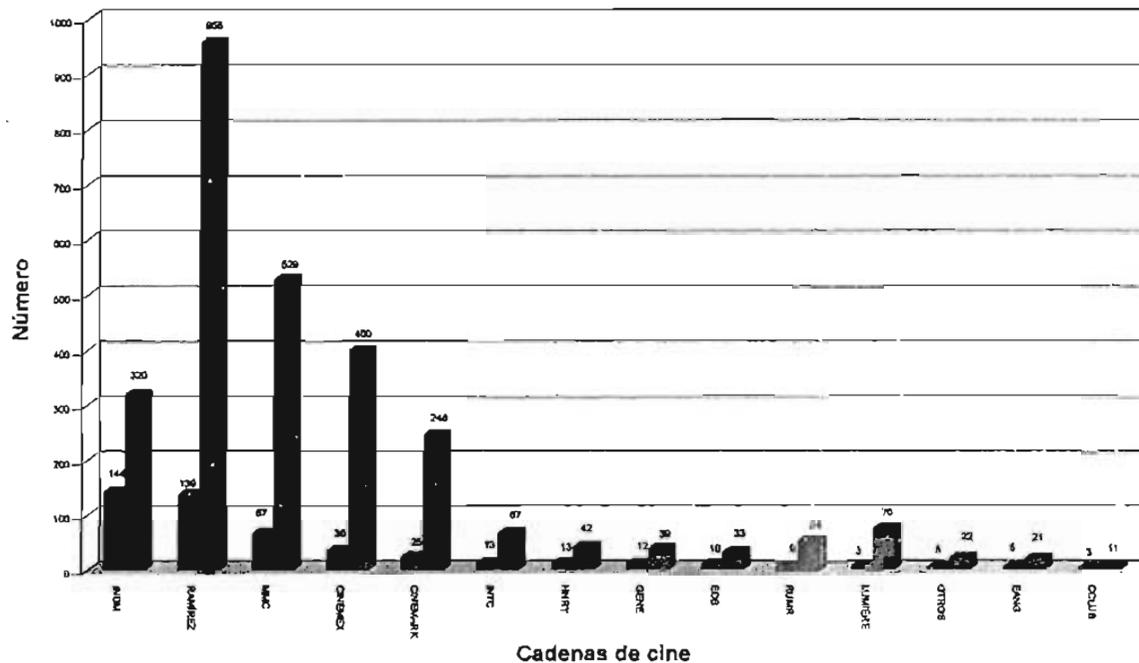
Gráfico 1. Pantallas y cadenas de cine por estado en la República Mexicana. 2002.



Fuente: Elaboración propia con datos de CANACINE. 2002.

■ Pantallas ■ Cadenas de cine

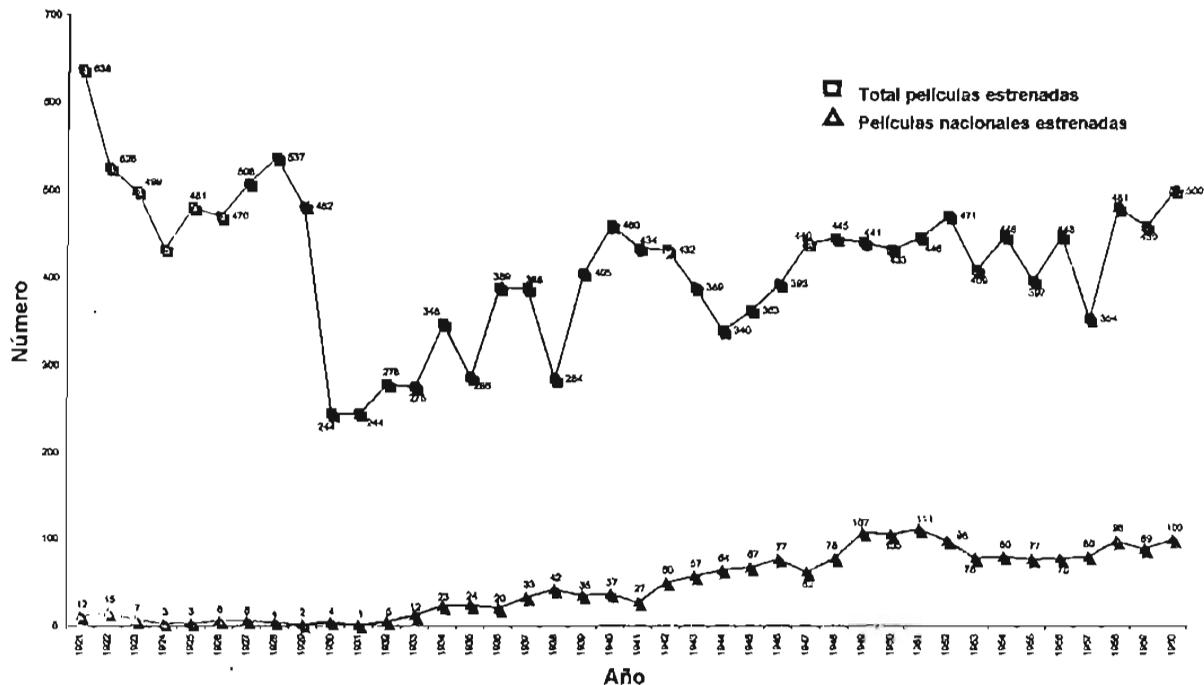
Gráfico 2. Complejos cinematográficos y pantallas por cadena en la República Mexicana. 2002



Fuente: Elaboración propia con datos de CANACINE, 2002.

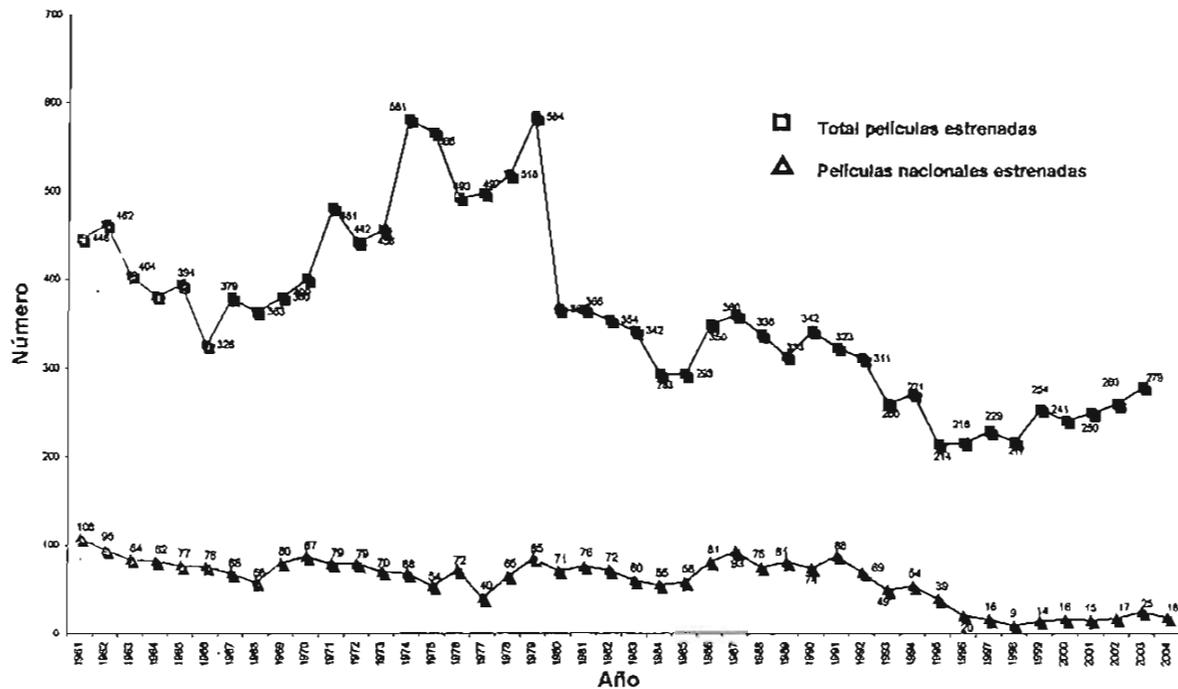
■ Complejos cinematográficos ■ Pantallas

Gráfico 3. Películas que se estrenaron en salas comerciales en México 1921-1960.



Fuente: Elaboración propia con datos de AMADOR, Ma. Luisa, *Cartelera cinematográfica 1920 - 1929*, México, UNAM, 1999.
Cartelera cinematográfica 1930 - 1939, México, Filmoteca UNAM, 1960.
Cartelera cinematográfica 1940 - 1949, México, UNAM CUEC, 1982.
Cartelera cinematográfica 1950 - 1959, México, UNAM CUEC, 1985.

Gráfico 3. Películas que se estrenaron en salas comerciales en México 1961-2004.

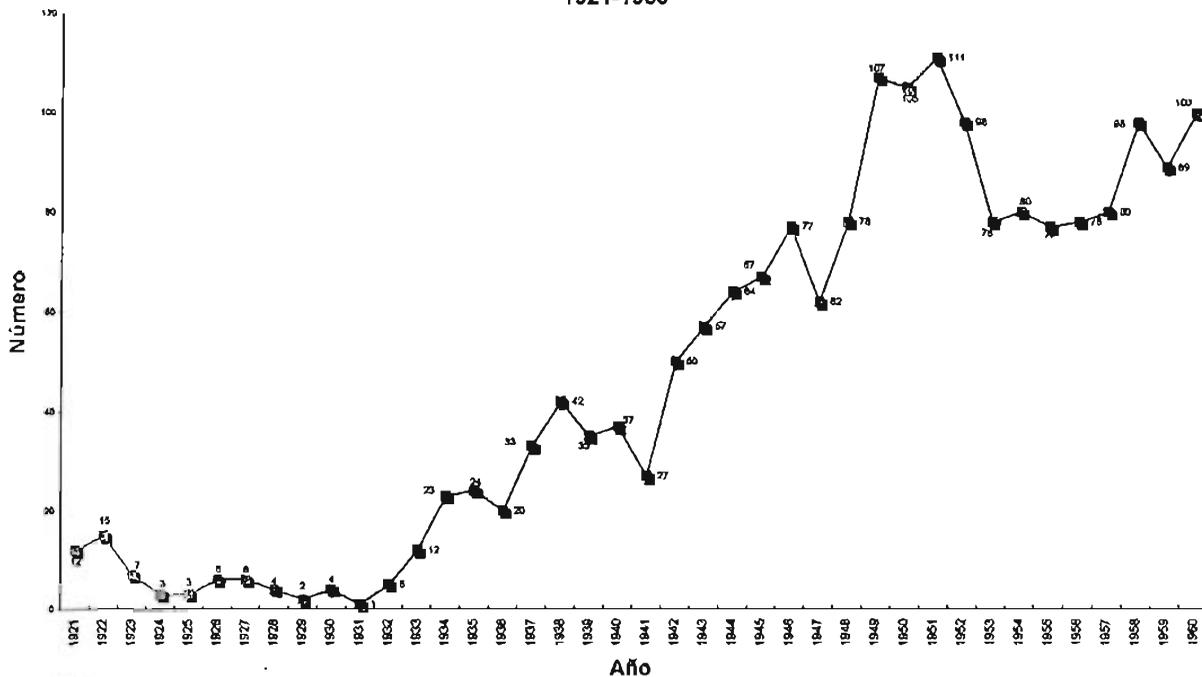


Fuente: Elaboración propia con datos de AMADOR, Ma. Luisa, *Cartelera cinematográfica 1960 - 1969*, México, UNAM-CUEC, 1988.

Cartelera cinematográfica 1970 - 1979, México, Coordinación de Difusión Cultural /CUEC, 1988.

- Dirección cinematográfica de RTC, CANACINE, Videocine e Imcine.

**Gráfico 4. Películas mexicanas que se estrenaron en salas comerciales en México
1921-1960**



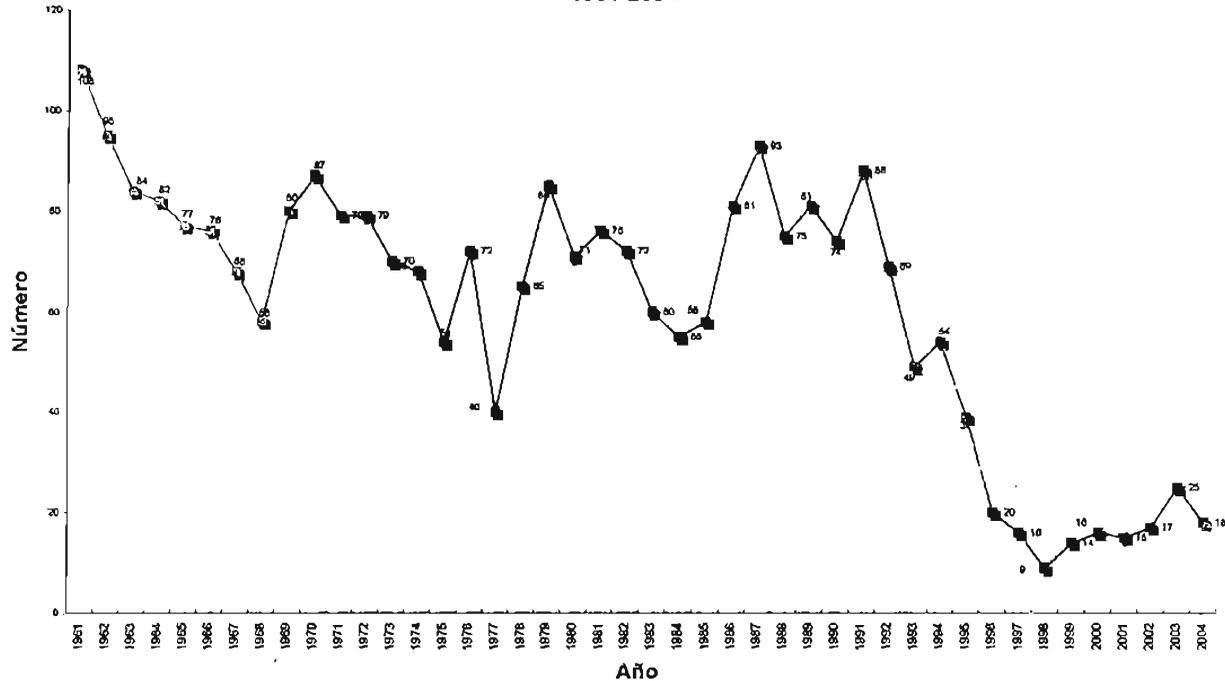
Fuente: Elaboración propia con datos de AMADOR, Ma. Luisa, *Cartelera cinematográfica 1920 - 1929*, México, UNAM, 1986.

Cartelera cinematográfica 1930 - 1939, México, Filmoteca UNAM, 1960.

Cartelera cinematográfica 1940 - 1949, México, UNAM CUEC, 1982.

Cartelera cinematográfica 1950 - 1959, México, UNAM CUEC, 1985.

**Gráfico 4. Películas mexicanas que se estrenaron en salas comerciales en México
1961-2004**



Fuente: Elaboración propia con datos de AMADOR, Ma. Luisa, *Cartelera cinematográfica 1960 - 1969*, México, UNAM-CUEC, 1988.

Cartelera cinematográfica 1970 - 1979, México, Coordinación de Difusión Cultural (CUEC), 1988.

- Dirección cinematográfica de RTC, CANACINE, Videocine e Imcine.

ANEXO 2. INSTRUMENTO DE RECOPIACIÓN.

Cuestionario

La información que proporcione al contestar el siguiente cuestionario será de gran utilidad para conocer cuáles son sus preferencias con respecto a la oferta cinematográfica que se exhibe en las diferentes salas de cine del D. F.

1. ¿Con qué frecuencia asiste al cine?

- Más de una vez a la semana
 Una vez a la semana
 Una vez a la quincena
 Una vez al mes
 De vez en cuando
 Casi nunca

1.1. ¿Por qué va al cine con esa frecuencia?

2. ¿Cuál fue la última película que vio en el cine?

3. ¿Prefiere ir al cine?

- Entre semana
 En fin de semana
 Indistinto

¿Por qué?

4. ¿Acostumbra asistir al cine: solo o acompañado?

- Solo
 Acompañado

5. ¿Asiste con mayor frecuencia a un cine en particular?

- Sí (pasar pregunta 5.1)
 No (pasar pregunta 5.2)

5.1 ¿A cuál?

5.2 ¿A cuál cadena de cine asiste con mayor frecuencia?

- Cinemex
 Cinepolis
 Cinemark
 Cinemanía
 Metrópolis
 Cinemas lumière
 Cineteca Nacional
 CCU
 Otro Mencione _____

6. En orden de importancia, ¿Cuáles son los tres motivos principales por los que asiste a?

- ____ Los precios
____ Estrenos semanales
____ Variedad en la programación
____ La comodidad de las salas
____ Las promociones que ofrece
____ Cercanía a su casa / trabajo.
____ Tipo de películas que exhibe
____ Aspectos técnicos (sonido, proyección)
____ Está dentro de un centro comercial
____ Otros Mencione _____

7. En orden de importancia, ¿Qué o quiénes influyen en su decisión para ver una película en el cine?

- ____ Precio
____ Trailers
____ Artistas
____ Director
____ Horarios
____ Acompañante (s)
____ Recomendaciones
____ Cartelera del cine
____ Publicidad de la película
____ Nacionalidad de la película
____ Temática de las películas
____ Actividad a realizar después del cine
____ Condiciones físicas y ambientales del cine
____ Críticas y comentarios en medios informativos

8. ¿Con qué frecuencia consulta la cartelera?

- Siempre
- Casi siempre
- A veces
- Casi nunca
- Nunca (pasar pregunta 10)

9. ¿En qué medio consulta la cartelera usualmente? Mencione el nombre del periódico, revista o página de Internet, según sea el caso.

- Periódico _____
- Revistas _____
- Internet _____
- Otro _____

10. ¿Cómo se entera de que una película está en cartelera?

- Trailer
- Radio
- Internet
- Carteles
- Revistas
- Periódico
- Parabús
- En el cine
- Televisión
- Recomendación
- Espectaculares
- Otro _____ Mencione

11. ¿Qué género de películas le gusta más?

- Terror
- Acción
- Drama
- Musical
- Comedia
- Suspenso
- Ciencia-ficción
- Sin preferencia
- Otro

12. ¿Qué películas prefiere ver en el cine: nacionales o extranjeras?

- Extranjeras
 - Nacionales
 - Ambas
 - Sin preferencia
- } Pasar pregunta 14

13. Específicamente, ¿De qué país de procedencia prefiere?

¿Por qué?

14. ¿Cuál fue la última película mexicana que vio en el cine?

15. En general, las películas mexicanas le parecen:

- Excelentes
- Muy buenas
- Buenas
- Malas
- Muy malas
- Pésimas

¿Por qué?

16. Género

- Masculino
- Femenino

17. ¿Cuál es el año de su nacimiento?

18. ¿En qué delegación o municipio vive?

19. ¿Cuál es su nivel de escolaridad?

20. ¿A qué se dedica?

Por su atención, Gracias.

**ANEXO 3. CINES Y PANTALLAS EN EL DISTRITO FEDERAL DISTRIBUIDOS
POR DELEGACIÓN. 2005**

No.	Cadena	Cine	Pantallas	Delegación
1	Cinemark	Pedregal	10	Álvaro Obregón
2	Cinemex	Loreto	10	Álvaro Obregón
3	Cinemex	Altavista	6	Álvaro Obregón
4	Cinemex	San Antonio	9	Álvaro Obregón
5	Cineclub	Cinemanía	3	Álvaro Obregón
6	Ramírez	Cinepólis Azcapotzalco	6	Azcapotzalco
7	Cinemex	WTC	14	Benito Juárez
8	Cinemex	Universidad	12	Benito Juárez
9	Cinemex	Manacar	9	Benito Juárez
10	Gabal	Continental	8	Benito Juárez
11	Metrópolis	Insurgentes	3	Benito Juárez
12	Ramírez	Cinepólis Universidad	19	Benito Juárez
13	Ramírez	Hacienda	1	Benito Juárez
14	Lumière	Tlalpan	8	Coyoacán
15	Cinemark	Pericoapa	15	Coyoacán
16	Cinemark	Centro Nacional de las Artes	12	Coyoacán
17	Cinemex	Coapa	12	Coyoacán
18	Gabal	Coyoacán	4	Coyoacán
19	Ramírez	Cinepólis Perisur	19	Coyoacán
20	Ramírez	Cinepólis Miramontes	15	Coyoacán
21	Cineclubs	Centro Cultural Universitario	2	Coyoacán
22	Cineclubs	Cineteca Nacional	6	Coyoacán
23	Cinemex	Santa fe	14	Cuajimalpa
24	Lumière	Centro Cultural Telmex	10	Cuauhtémoc
25	Lumière	Reforma	4	Cuauhtémoc
26	Cinemex	Galerías	14	Cuauhtémoc
27	Cinemex	Cuauhtémoc	12	Cuauhtémoc
28	Cinemex	Palacio chino	11	Cuauhtémoc
29	Cinemex	Real	8	Cuauhtémoc
30	Cinemex	Insurgentes	7	Cuauhtémoc
31	Ramírez	Cinepólis Diana	8	Cuauhtémoc
32	Ramírez	Cinepólis Bucareli	6	Cuauhtémoc
33	Ramírez	Multicinas La raza	3	Cuauhtémoc
34	Cinemex	Ticomán	14	G. A. Madero
35	Cinemex	Misterios	10	G. A. Madero
36	Cinemex	Tenayuca	9	G. A. Madero
37	Cinemex	Aragón	12	G. A. Madero
38	Ramírez	Multicinas Plaza Oriente	4	G. A. Madero
39	Ramírez	Multicinas Plaza Tepeyac	3	G. A. Madero
40	Ramírez	Multicinas Torres	5	G. A. Madero
41	Cinemark	Plaza Oriente	10	Iztapalapa
42	Cinemark	Tláhuac	10	Iztapalapa
43	Cinemex	Zaragoza	12	Iztapalapa
44	Cinemex	Iztapalapa	12	Iztapalapa
45	Guelatao	Guelatao	2	Iztapalapa
46	INTC	Plaza Lomas estrella	6	Iztapalapa

No.	Cadena	Cine	Pantallas	Delegación
47	Ramírez	Multicinemas Churubusco	3	Iztapalapa
48	Ramírez	Cien	1	Iztapalapa
49	Metrópolis	Linterna mágica	2	M. Contreras
50	Cinemark	Polanco	8	Miguel Hidalgo
51	Cinemark	Duraznos	10	Miguel Hidalgo
52	Cinemex	Polanco	11	Miguel Hidalgo
53	Cinemex	Legaria	10	Miguel Hidalgo
54	Ecocinemas	Ermita	6	Miguel Hidalgo
55	Ramírez	Cinepólis Pabellón bosques	5	Miguel Hidalgo
56	Cinemex	Casa de arte	4	Miguel Hidalgo
57	Lumière	Prado Coapa	10	Tlalpan
58	Cinemex	Cuicuilco	12	Tlalpán
59	Cinemex	Gran sur	12	Tlalpán
60	Pedregal	Pedregal lago	2	Tlalpán
61	INDM	Xochimilco	4	Xochimilco
Total			509	

Fuente: Elaboración propia con información obtenida de la revista Tiempo libre, Cine, México, D.F., del 13 al 19 de enero de 2005, XXV, 1288, 2005, p. 4-18; y el periódico El Universal, Cineguía, México, 16 de enero de 2005, <http://www.eluniversal.com.mx>, 17/01/05.

ANEXO 4. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN DE CAMPO

Perfil del entrevistado

Cuadro 1. Distribución por edad y género

Edad	Femenino	Masculino	Total
15	5	4	9
16	8	6	14
17	10	5	15
18	36	22	58
19	13	22	35
20	11	14	25
21	10	8	18
22	7	8	15
23	13	8	21
24	31	23	54
25	27	9	36
26	25	15	40
27	11	14	25
28	2	13	15
29	7	9	16
Total	216	180	396

Cuadro 2. Distribución por género

Género	Frecuencia	% del total
Femenino	216	54.5
Masculino	180	45.5
Total	396	100.0

Cuadro 4. Distribución por ocupación

Ocupación	Frecuencia	% del total
Académico	2	0.5
Empleado	70	17.7
Empresario	12	3
Estudiante	284	71.7
Obrero	2	0.5
Profesional	26	6.6
Total	396	100.0

Cuadro 3. Distribución por delegación

Delegación	Frecuencia	% del total
Álvaro Obregón	27	6.8
Azcapotzalco	13	3.3
Benito Juárez	17	4.3
Coyoacán	25	6.3
Cuajimalpa	5	1.3
Cuauhtémoc	11	2.8
Estado de México	83	21.0
Gustavo A. Madero	24	6.1
Iztacalco	15	3.8
Iztapalapa	54	13.6
Magdalena Contreras	14	3.5
Miguel Hidalgo	11	2.8
Milpa Alta	4	1.0
Tlalpan	41	10.4
Tláhuac	15	3.8
Venustiano Carranza	11	2.8
Xochimilco	26	6.6
Total	396	100.0

Cuadro 5. Distribución por nivel de estudios

Nivel de estudios	Frecuencia	% del total
Licenciatura	143	36.1
Preparatoria	222	56.1
Secundaria	25	6.3
Primaria	6	1.5
Total	396	100.0

Gráfico 1. Distribución por edad y género

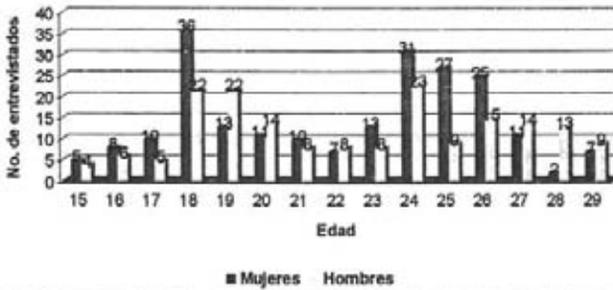


Gráfico 2. Distribución por género



Gráfico 3. Distribución por delegación o municipio de proveniencia

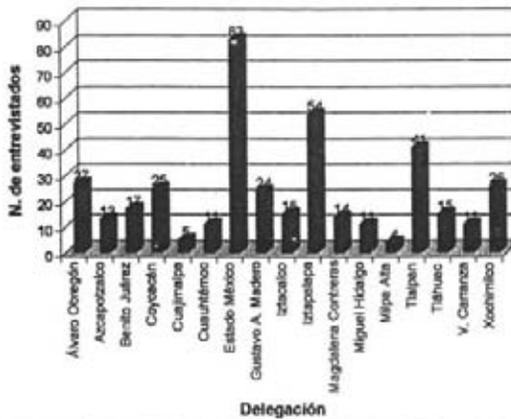


Gráfico 4. Distribución por nivel de estudios

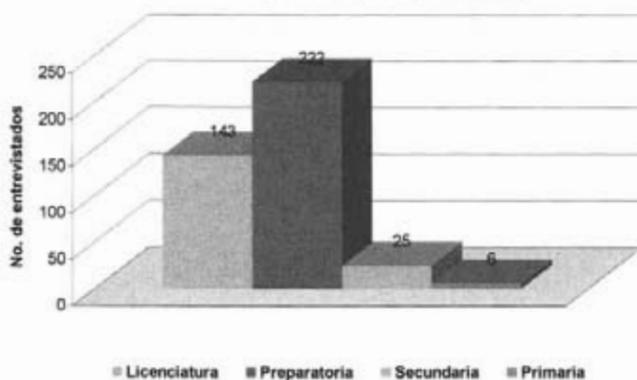
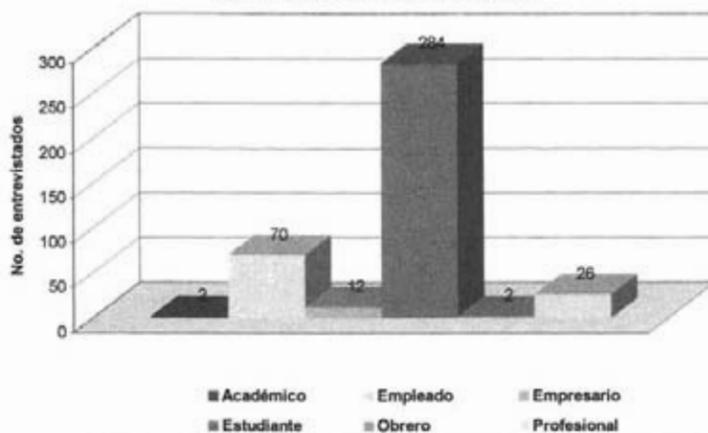


Gráfico 5. Distribución por ocupación



Cuadro 6. Última película que vio el entrevistado

Película	Frecuencia absoluta	% del total
No recuerda	37	9.3
El aro 2	29	7.3
Constantine	24	6.1
Cruzadas	22	5.6
Masacre en Texas	17	4.3
Voces del más allá	14	3.5
La interprete	13	3.3
Miss simpatía 2	13	3.3
La última noche	10	2.5
Boogeyman	9	2.3
Robots	9	2.3
Troya	9	2.3
Voces inocentes	9	2.3
Niñera a prueba de balas	8	2.0
Los increíbles	7	1.8
La maldición	6	1.5
Juego macabro	6	1.5
Shrek 2	6	1.5
Amor eterno	5	1.3
La casa de los cuchillos	5	1.3
Reencarnación	5	1.3
Cero y van cuatro	4	1.0
Golpes del destino	4	1.0
El hijo de la máscara	4	1.0
Mar adentro	4	1.0
El señor de los anillos iii	4	1.0
Vodka limón	4	1.0
Las bordadoras	3	0.8
Closer	3	0.8
Club eutanasia	3	0.8
Conquistando a mi suegro	3	0.8
Electra	3	0.8
Hitch	3	0.8
Mente siniestra	3	0.8
Rápido y furioso	3	0.8
Spider man 2	3	0.8
Alejandro magno	2	0.5
Adorable rita	2	0.5
El aviador	2	0.5
Colateral	2	0.5
Diario de una pasión	2	0.5
Efecto mariposa	2	0.5
Exorcista master	2	0.5
Fantasma de la ópera	2	0.5
Los Fockers	2	0.5
La gran estafa 2	2	0.5
Harry potter	2	0.5

Película	Frecuencia absoluta	% del total
Inframundo	2	0.5
La ley de Herodes	2	0.5
Lemony Snicket	2	0.5
Mas allá de la vida	2	0.5
Nicolina	2	0.5
La pasión de cristo	2	0.5
Pooh	2	0.5
Paparazzi	2	0.5
Te doy mis ojos	2	0.5
Terminator III	2	0.5
Van Helsing	2	0.5
Aldea	2	0.5
Asalto en la cárcel 13	1	0.3
Las alas de la vida	1	0.3
El aviador	1	0.3
Bailamos	1	0.3
Bob esponja	1	0.3
Blade	1	0.3
En busca del tesoro perdido	1	0.3
Como si fuera la 1a vez	1	0.3
El crimen del padre amaro	1	0.3
Después de la muerte	1	0.3
Un día sin mexicanos	1	0.3
Elefante	1	0.3
La estación	1	0.3
El expreso polar	1	0.3
El hombre araña 2	1	0.3
Juego mortal	1	0.3
Llamada perdida	1	0.3
Machuca	1	0.3
Mas allá de la muerte	1	0.3
Matrix	1	0.3
Matando cabos	1	0.3
Manos libres	1	0.3
Misteriosa obsesión	1	0.3
Out in time	1	0.3
Puños rosas	1	0.3
Paraiso	1	0.3
Quieren volverme loco	1	0.3
Romeo y Julieta	1	0.3
Sahara	1	0.3
Tómalo con calma	1	0.3
Team america	1	0.3
Titanic	1	0.3
Temporada de patos	1	0.3
La vida es un milagro	1	0.3
Y tu mamá también	1	0.3
Yo robot	1	0.3
Total	396	100

Cuadro 7. Cine al que acostumbra ir el entrevistado con más frecuencia

Cadena de cine	Nombre del cine	No. menciones
CCU	Cetro Cultural Universitario	5
Cinemark	Cinemark Plaza Oriente	8
Cinemark	Cinemark Tlahuac	4
Cinemark	Cinemark Coapa	4
Cinemark	Cinemark Pericoapa	3
Cinemark	Cinemark Cna	3
Cinemark	Cinemark Pedregal	1
Cinemex	Cinemex Universidad	10
Cinemex	Cinemex Gran Sur	5
Cinemex	Cinemex Cuicuilco	5
Cinemex	Cinemex Zaragoza	4
Cinemex	Cinemex San Antonio	4
Cinemex	Cinemex Real	4
Cinemex	Cinemex Mundo E	4
Cinemex	Cinemex Loreto	4
Cinemex	Cinemex Iztapalapa	4
Cinemex	Cinemex Chino	4
Cinemex	Cinemex Coapa	4
Cinemex	Cinemex Wtc	3
Cinemex	Cinemex Ticoman	3
Cinemex	Cinemex Manacar	3
Cinemex	Cinemex Guauhtemoc	3
Cinemex	Cinemex Tacubaya	1
Cinemex	Cinemex Santa Fe	1
Cinemex	Cinemex Palomas	1
Cinemex	Cinemex Legaria	1
Cinemex	Cinemex Guelatao	1
Cinemex	Cinemex Ermita	1
Cinemex	Cinemex Altavista	1
Cinepólis	Cinepolis Perisur	10
Cinepólis	Cinepolis Universidad	8
Cinepólis	Cinepolis Miranontes	3
Cinepólis	Cinepolis Azcapotzalco	3
Cinepólis	Cinepolis Pabellon Bosques	1
Cinepólis	Cinepolis Interlomas	1
Cineteca	Cineteca Nacional	5
Metropólis	Linterna Mágica	5
Otros	CC Telmex Lumiere	2
Otros	Pedregal Lago	1
Otros	Multicinas Plaza Tepeyac	1
Otros	Multicinas GAM	1
Total		140

Cuadro 8. Preferencia por un cine en particular según ocupación

Ocupación	Sí	No	Total
Académico		2	2
Empleado	30	40	70
Empresario	4	8	12
Estudiante	97	187	284
Obrero	2		2
Profesional	7	19	26
Total	140	256	396

Cuadro 9. Preferencia por un cine en particular según nivel de estudios

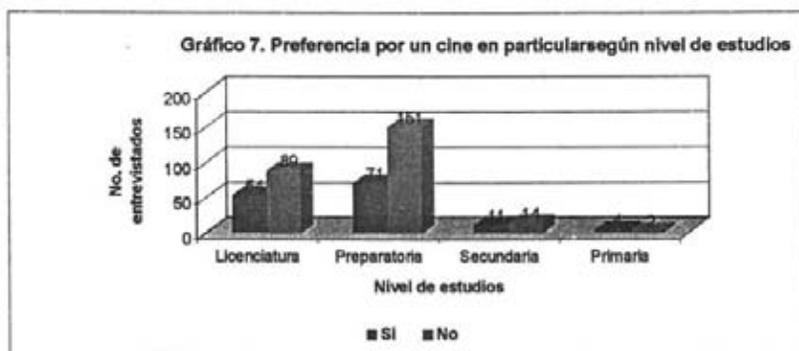
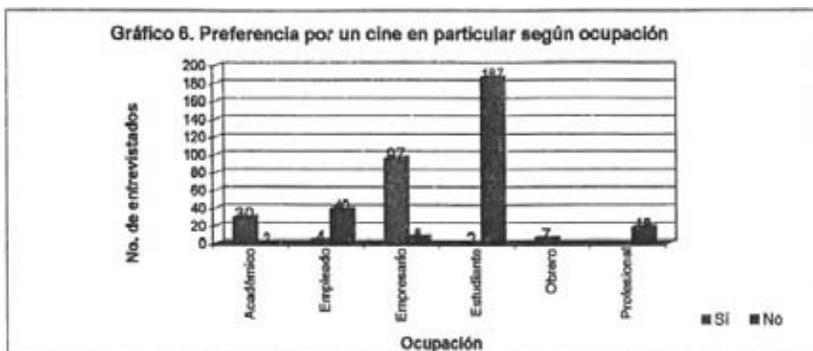
Nivel de estudios	Sí	No	Total
Licenciatura	54	89	143
Preparatoria	71	151	222
Secundaria	11	14	25
Primaria	4	2	6
Total	140	256	396

Cuadro 10. Preferencia por un cine en particular, según grupo de edad y nivel de estudios

Grupo de edad	Nivel de estudios	Sí	No	Total
15-19 años	Preparatoria	35	83	118
	Secundaria	7	7	14
	Subtotal	42	90	132
20-24 años	Licenciatura	19	44	63
	Preparatoria	18	51	69
	Subtotal	37	95	132
25-29 años	Licenciatura	35	45	80
	Preparatoria	18	17	35
	Primaria	4	2	6
	Secundaria	4	7	11
Subtotal	61	71	132	
Total		140	256	396

Cuadro 11. Preferencia por un cine en particular según grupo de edad y frecuencia con la que asiste al cine

Grupo de edad	Frecuencia de asistencia	Sí	No	Total
15-19 años	Más una vez semana	1	1	2
	Una vez semana	1	4	5
	Una vez quincena	14	17	31
	Una vez mes	7	19	26
	Una vez cada dos meses	16	40	56
	Una vez cada seis meses	3	9	12
Subtotal		42	90	132
20-24 años	Más una vez semana	1		1
	Una vez semana	5	13	18
	Una vez quincena	10	19	29
	Una vez mes	12	19	31
	Una vez cada dos meses	9	35	44
	Una vez cada seis meses		9	9
Subtotal		37	95	132
25-29 años	Una vez semana	7	9	16
	Una vez quincena	14	13	27
	Una vez mes	10	17	27
	Una vez cada dos meses	23	22	45
	Una vez cada seis meses	7	10	17
	Subtotal	61	71	132
Total		140	256	396



Cuadro 12. Cadena de cines preferido por el entrevistado según ocupación y nivel de estudios.

Ocupación	Nivel de estudios	Cinemex	Cinepolis	Cinemark	Metropolis	Lumiere	Cineteca	CCU	Otro	Total
Académico	Licenciatura						2			
	Subtotal						2			2
Empleado	Licenciatura	3		1						
	Preparatoria	7	8	7			3		2	
	Secundaria	3	5	1						
	Subtotal	13	13	9			3		2	40
Empresario	Licenciatura		1							
	Preparatoria	2								
	Primaria	2								
	Subtotal	4	2	1						8
Estudiante	Licenciatura	34	23	11	1	4	3	1		
	Preparatoria	53	31	8	2	5	4	5		
	Secundaria	2								
	Subtotal	89	54	19	3	9	7	6		187
Profesional	Licenciatura	4				1				
	Preparatoria	11	2		1					
	Subtotal	15	2		1	1				19
Total		121	72	29	4	10	12	6	2	256

Cuadro 13. Motivos principales por los que asiste a un cine o cadena en particular

Motivos / No. de menciones	Puntaje ponderado	Prioridad
Cercanía a su casa / trabajo	689	1*
La comodidad de las salas	353	2*
Los precios	252	3*
Está dentro de un centro comercial	205	4*
Aspectos técnicos (sonido, proyección)	202	5*
Variedad en la programación	134	6*
El tipo de películas que exhibe	119	7*
Estrenos semanales	84	8*
Otro	65	9*
Las promociones que ofrece	33	10*
Total	2136	

Cuadro 14. Factores principales que influyen en el entrevistado para ver una película

Factores	Puntaje ponderado	Prioridad
Temática de las películas	528	1*
Recomendaciones	386	2*
Acompañante (s)	304	3*
Horarios	257	4*
Actores	196	5*
Publicidad de la película	174	6*
Cartelera del cine	114	7*
Críticas y comentarios en medios informativos	87	8*
Director	86	9*
Nacionalidad de la película	64	10*
Precio	51	11*
Condiciones físicas y ambientales del cine	18	12*
Actividad a realizar después del cine	5	13*
Otro	3	14*
Total	2273	

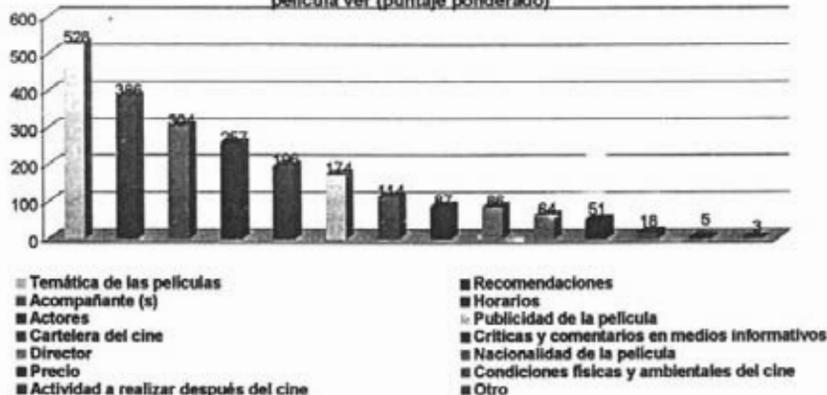
Cuadro 15. Frecuencia con que consultan los entrevistados la cartelera según género y frecuencia con la que van al cine

Género / Frecuencia		Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca	Total
Femenino	Más una vez mes		1				1
	Una vez semana	6	5	10			21
	Una vez quincena	2	20	13			40
	Una vez mes	2	5	17	12	2	38
	Una vez cada dos meses	3	13	62	17	2	97
	Una vez cada seis meses	1	2	3	9	4	19
	Subtotal	14	46	105	43	8	216
Masculino	Más una vez mes	1		1			2
	Una vez semana	1	5	10	2		18
	Una vez quincena	4	26	16			47
	Una vez mes	9	13	19	4	1	46
	Una vez cada dos meses	2	2	29	11	4	48
	Una vez cada seis meses			5	9	5	19
	Subtotal	17	46	80	26	11	180
	Total	31	92	185	69	19	396

Gráfico 8. Motivos principales por los que asiste a un cine o cadena de cine en particular (puntaje ponderado)



Gráfico 9. Factores principales que influyen en la decisión del entrevistado sobre que película ver (puntaje ponderado)



Cuadro 16. Medios en donde consultan la cartelera

Medios	Frecuencia absoluta	% del total
Periódicos	236	59.6
Revistas	18	4.5
Internet	115	29.0
Otros	27	6.8
Total	396	100

Gráfico 10. Medios que utilizan los entrevistados para consultar la cartelera



Gráfico 11. Periódicos de mayor consulta por los entrevistados

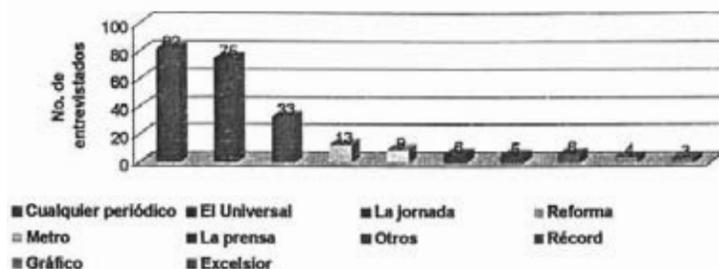


Gráfico 12. Revistas más consultadas por los entrevistados

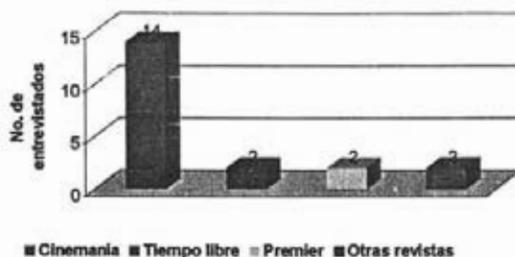


Gráfico 13. Páginas de Internet más consultadas por los entrevistados

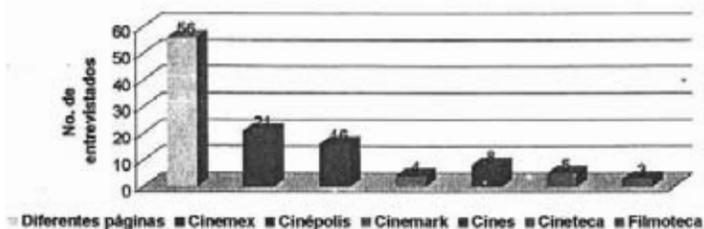


Gráfico 14. Otros medios que consultan los entrevistados

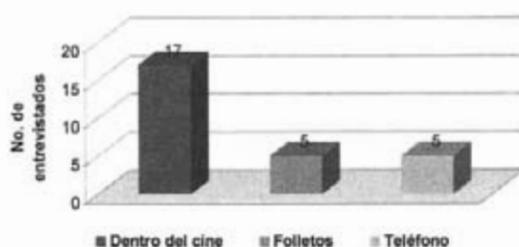


Gráfico 15. Medios por los que se entera el espectador de que una película está en cartelera

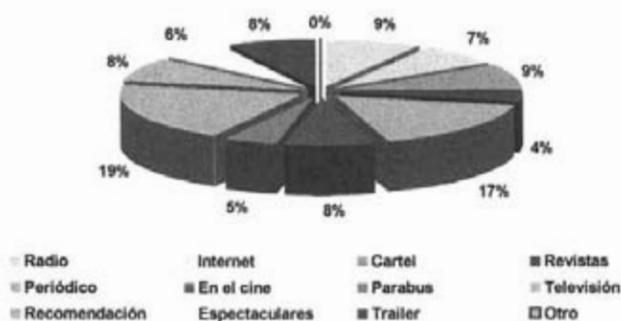
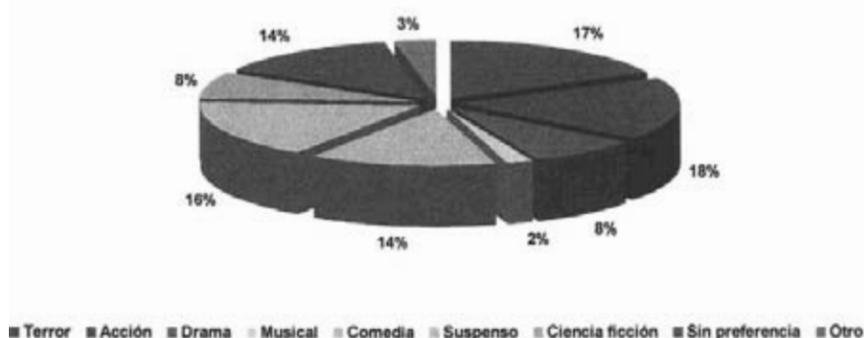


Gráfico 16. Géneros cinematográficos preferidos



Cuadro 17. Preferencia respecto películas nacionales o extranjeras

Películas	No. menciones	% del total
Extranjeras	126	31.8
Nacionales	35	8.8
Ambas	196	49.5
Sin preferencia	39	9.8
Total	396	100.0

Cuadro 18. Países de procedencia de las películas extranjeras preferidas

País	Frecuencia	% del total
Brasil	1	1
España	2	2
Estados Unidos	78	62
Europa	2	2
Francia	16	13
Indiferente	22	17
Italia	1	1
Japón	1	1
Reino Unido	3	2
Total	126	100

Cuadro 19. Opinión de las películas extranjeras por país de procedencia

Opinión	País	Total
No todas cubren sus expectativas	Estados Unidos	6
	Indiferente	2
	Subtotal	8
Por las actuaciones y actores	Estados Unidos	7
	Reino Unido	1
	Subtotal	8
Buenos efectos, tecnología	Estados Unidos	28
	Francia	1
	Indiferente	6
	Japón	1
	Subtotal	36
Por la temática, historias interesantes	Brasil	1
	España	2
	Estados Unidos	13
	Francia	12
	Indiferente	4
	Reino Unido	2
Subtotal	34	
Calidad artística	Estados Unidos	11
	Europa	2
	Francia	1
	Italia	1
Subtotal	15	
Porque el cine mexicano es malo	Estados Unidos	1
	Indiferente	2
	Subtotal	3
Divierten y entretienen	Estados Unidos	3
	Subtotal	3
	Estados Unidos	9
Tienen suficiente presupuesto	Indiferente	6
	Subtotal	15
	Francia	2
Variedad	Indiferente	2
	Subtotal	4
	Total	126

Gráfico 17. Preferencia respecto películas nacionales o extranjeras



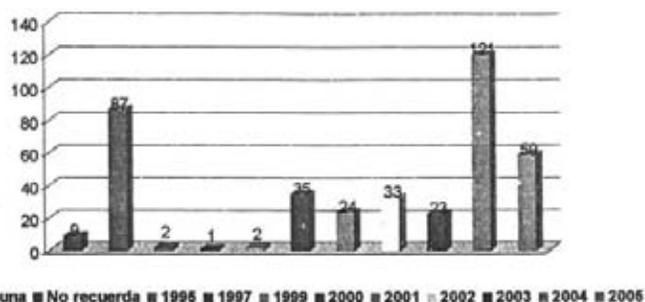
Gráfico 18. País de procedencia de las películas extranjeras preferidas



Cuadro 20. Distribución de películas mexicanas recordadas por año de estreno

Año	Frecuencia	% del total
2005	59	14.9
2004	121	30.6
2003	23	5.8
2002	33	8.3
2001	24	6.1
2000	35	8.8
1999	2	0.5
1997	1	0.3
1995	2	0.5
No recuerda	87	22.0
Ninguna	9	2.3
Total	396	100.0

Gráfico 19. Distribución de películas mexicanas recordadas por año de estreno



Cuadro 21. Opinión de los entrevistados respecto a las películas mexicanas

Opinión	Frecuencia absoluta	Frecuencia acumulada
Excelentes (E)	15	15
Muy buenas (MB)	48	63
Buenas (B)	239	302
Malas (M)	75	377
Muy malas (MM)	5	382
Pésimas (P)	14	396
Total	396	

Mediana	198
Q ₁	99
Q ₃	297

Gráfico 20. Consenso acerca de la opinión del entrevistado respecto a las películas mexicanas

E	MB	B	M	MM	P

Cuadro 22. Clasificación del público joven por la frecuencia con la que asiste al cine

Segmentos de público	Frecuencia	% del total
Público joven frecuente	42	10.6
Público joven regular	171	43.2
Público joven esporádico	183	46.2
Total	396	100.0

Cuadro 23. Clasificación del público joven por la frecuencia con la que asiste al cine respecto grupo de edad y género

Grupo edad	Género	Público joven frecuente	Público joven regular	Público joven esporádico	Total
15-19 años	Femenino	3	28	41	72
	Masculino	4	29	27	60
	Subtotal	7	57	68	132
20-24 años	Femenino	9	27	36	72
	Masculino	10	33	17	60
	Subtotal	19	60	53	132
25-29 años	Femenino	10	23	39	72
	Masculino	6	31	23	60
	Subtotal	16	54	62	132
Total		42	171	183	396

Cuadro 24. Clasificación del público joven por la frecuencia con la que asiste al cine respecto a su nivel de estudios

Nivel de estudios	Público joven frecuente	Público joven regular	Público joven esporádico	Total
Licenciatura	14	62	67	143
Preparatoria	25	95	102	222
Secundaria	3	10	12	25
Primaria		4	2	6
Total	42	171	183	396

Cuadro 25. Clasificación del público joven por la frecuencia con la que asiste al cine respecto a su ocupación

Ocupación	Público joven frecuente	Público joven regular	Público joven esporádico	Total
Académico	-	2	-	2
Empleado	8	27	35	70
Empresario		7	5	12
Estudiante	27	121	136	284
Obrero	-	-	2	2
Profesional	7	14	5	26
Total	42	171	183	396

Gráfico 21. Clasificación del público joven por la frecuencia con la que asiste al cine

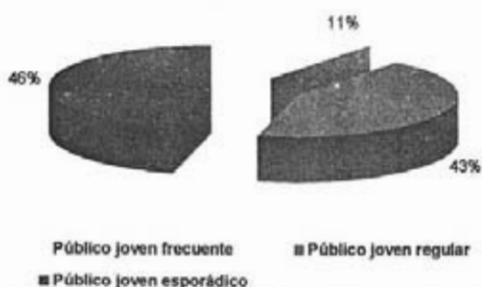


Gráfico 22. Clasificación del público joven por la frecuencia con la que asiste al cine respecto al nivel de estudios

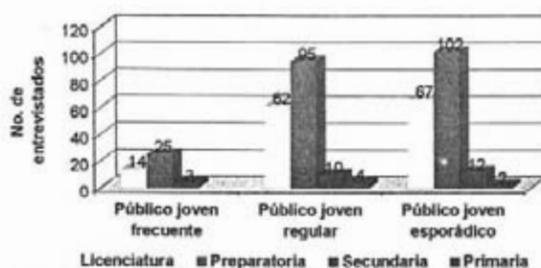
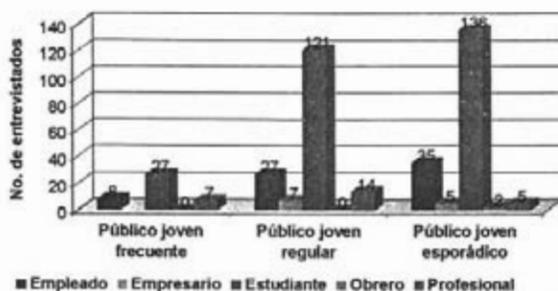


Gráfico 23. Clasificación del público joven por la frecuencia con la que asiste al cine respecto su ocupación



Cuadro 26. Atendiendo a las causas por las que asisten al cine

Causas	Público joven frecuente	Público joven regular	Público joven esporádico	Total
Falta de dinero y tiempo	1	57	98	156
Por diversión, ocio y/o <i>hobbie</i>	32	63	10	105
Pocas películas interesantes que ver		8	15	23
Convivencia con amigos, familiares y/o pareja	2	3	5	10
Es caro ir al cine		5	9	14
Por trabajo y/o estudios	2	1	2	5
No es de su interés, prefiere otras actividades		9	23	32
Buenas películas de estrenos		13	7	20
Prefiere verlas en casa		5	4	9
Depende de si tiene con quien ir	3	6	10	19
Promociones y descuentos	2	1		3
Total	42	171	183	396

Cuadro 27. Los días en que prefieren asistir

Asistencia	Público joven frecuente	Público joven regular	Público joven esporádico	Total
Entre semana	13	57	41	111
Fin de semana	13	53	61	127
Indistinto	16	61	81	158
Total	42	171	183	396

Cuadro 28. Atendiendo a las causas por las que asiste al cine entre semana o fines de semana

Opinión	Asistencia	Público joven frecuente	Público joven regular	Público joven esporádico	Total
Le da igual, es indiferente el día	Entre semana		1		1
	Indistinto	4	17	40	61
	Subtotal	4	18	40	62
Hay menos gente, es más tranquilo y cómodo	Entre semana	12	39	25	76
	Fin de semana	2	2	2	6
	Indistinto		3		3
	Subtotal	14	44	27	85
Tiene más tiempo libre y/o son días de descanso	Entre semana		6	2	8
	Fin de semana	10	42	50	102
	Indistinto	5	17	19	41
	Subtotal	15	65	71	151
Es improvisado, espontáneo	Fin de semana		2	2	4
	Indistinto	1	12	12	25
	Subtotal	1	14	14	29
Promociones y descuentos	Entre semana		7	13	20
	Indistinto		1		1
	Subtotal		8	13	21
Tiene otras actividades en otros días	Entre semana	1	3	1	5
	Fin de semana		3	3	6
	Indistinto	2	3	1	6
	Subtotal	3	9	5	17
Depende de su(s) acompañante(s)	Fin de semana			2	2
	Indistinto			4	4
	Subtotal			6	6
Depende de su estado de ánimo	Fin de semana		3	2	5
	Indistinto		2	3	5
	Subtotal		5	5	10
Lo importante es ver las películas, especialmente de estreno	Entre semana		1		1
	Fin de semana	1	1		2
	Indistinto	4	6	2	12
	Subtotal	5	8	2	15
Total		42	171	183	396

Cuadro 29. Con quien acostumbra asistir al cine

Asiste:	Público joven frecuente	Público joven regular	Público joven esporádico	Total
Solo	-	10	5	15
Acompañado	42	161	178	381
Total	42	171	183	396

Cuadro 30. Preferencia por un cine en particular

	Público joven frecuente	Público joven regular	Público joven esporádico	Total
Si	15	67	58	140
No	27	104	125	256
Total	42	171	183	396

Gráfico 24. Los días en los que prefiere asistir al cine

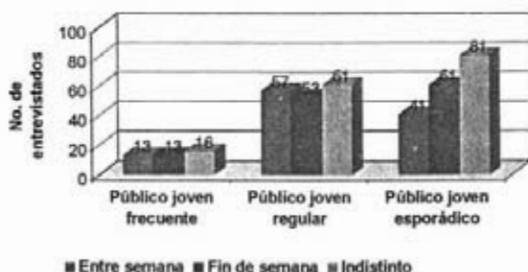


Gráfico 25. Con quien acostumbra asistir al cine

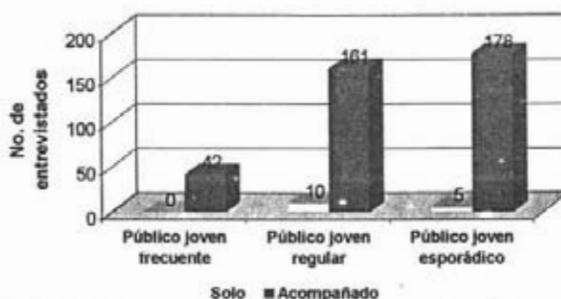
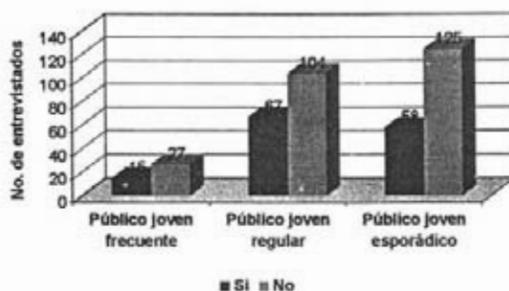


Gráfico 26. Preferencia por un cine en particular



Cuadro 31. Preferencia por una cadena de cine en particular

Cadena de cine	Público joven frecuente	Público joven regular	Público joven esporádico	Total
Cinemex	6	53	62	121
Cinepólis	11	22	39	72
Cinemark	6	12	11	29
Metrópolis	1	1	2	4
Lumiére	1	8	1	10
Cineteca	1	5	6	12
CCU	1	2	3	6
Otro		1	1	2
Total	27	104	125	256

Cuadro 32. Frecuencia con la que consultan la cartelera

Frecuencia	Público joven frecuente	Público joven regular	Público joven esporádico	Total
Siempre	8	17	6	31
Casi siempre	11	64	17	92
A veces	21	65	99	185
Casi nunca	2	21	46	69
Nunca		4	15	19
Total	42	171	183	396

Cuadro 33. Medios en donde acostumbran consultar la cartelera

Medios	Público joven frecuente	Público joven regular	Público joven esporádico	Total
Periódicos	15	97	124	236
Revistas	1	5	12	18
Internet	25	56	34	115
Otros	1	13	13	27
Total	42	171	183	396

Gráfico 27. Preferencia por una cadena de cine en particular

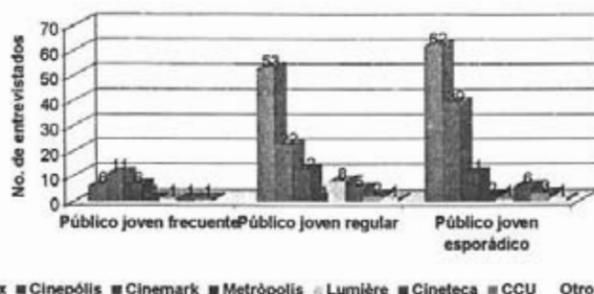


Gráfico 28. Frecuencia con la que consultan la cartelera

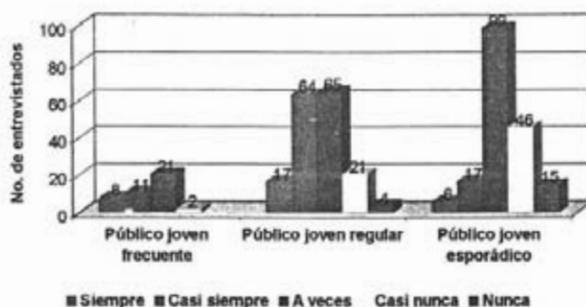
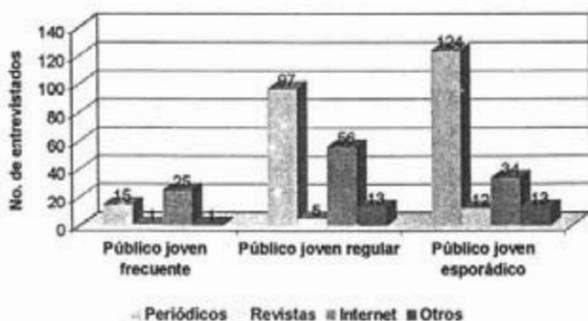


Gráfico 29. Medios en donde acostumbran consultar la cartelera



Cuadro 34. Medios de mayor consulta

Periódicos	Público joven frecuente	Público joven regular	Público joven esporádico	Total
Cualquier periódico	5	36	41	82
Esto		2		2
El excelsior	1	1	1	3
El financiero			1	1
El gráfico		1	3	4
La Jornada	2	14	17	33
Metro		3	6	9
Milenio			1	1
La prensa		2	4	6
Record		5	1	6
Reforma	2	4	7	13
Sol			1	1
El universal	5	29	41	75
Subtotal	15	97	124	236
Revistas				
Cinemanía	1	5	8	14
Premier			2	2
Tiempo libre			2	2
Subtotal	1	5	12	18
Internet				
Indistinto	13	30	14	57
Páginas de cines		4	4	8
Cineteca web		5		5
Cinemex web	7	7	7	21
Filmoteca web		3		3
Cinemark web	1		3	4
Cinepòlis web	4	7	5	16
Tiempo libre web			1	1
Otro	1	13	13	27
Subtotal	26	69	47	142
Total	42	171	183	396

Cuadro 35. Preferencia por películas extranjeras o nacionales

Películas	Público joven frecuente	Público joven regular	Público joven esporádico	Total
Extranjeras	17	57	52	126
Nacionales	5	16	14	35
Ambas	15	86	95	196
Sin preferencia	5	12	22	39
Total	42	171	183	396



Cuadro 36. Preferencia de las películas extranjeras por país de origen

País	Público joven frecuente	Público joven regular	Público joven esporádico	Total
Brasil			1	1
España		1	1	2
Estados Unidos	8	37	33	78
Europa		2		2
Francia	4	8	4	16
Indiferente	3	8	11	22
Italia			1	1
Japón			1	1
Reino Unido	2	1		3
Total	17	57	52	126

Cuadro 37. Opinión respecto a las películas extranjeras

Opinión	Público joven frecuente	Público joven regular	Público joven esporádico	Total
No todas cubren sus expectativas	1	4	3	8
Por las actuaciones y actores	2	4	2	8
Buenos efectos, tecnología	3	14	19	36
Por la temática, historias interesantes	6	12	16	34
Calidad artística	2	8	5	15
Porque el cine mexicano es malo		1	2	3
Divierten y entretienen		3		3
Tienen suficiente presupuesto	3	8	4	15
Variedad		3	1	4
Total	17	57	52	126

Cuadro 38. Opinión de las películas extranjeras respecto al país de origen

Opinión	País	Público joven frecuente	Público joven regular	Público joven esporádico	Total
No todas cubren sus expectativas	Estados Unidos	1	3	2	6
	Indiferente		1	1	2
	Subtotal	1	4	3	8
Por las actuaciones y actores	Estados Unidos	1	4	2	7
	Reino Unido	1			1
	Subtotal	2	4	2	8
Buenos efectos, tecnología	Estados Unidos	3	10	15	28
	Francia		1		1
	Indiferente		3	3	6
	Japón			1	1
	Subtotal	3	14	19	36
Por la temática, historias interesantes	Brasil			1	1
	España		1	1	2
	Estados Unidos		4	9	13
	Francia	4	5	3	12
	Indiferente	1	1	2	4
	Reino Unido	1	1		2
Calidad artística	Subtotal	6	12	16	34
	Estados Unidos	2	6	3	11
	Europa		2		2
	Francia			1	1
	Italia			1	1
Porque el cine mexicano es malo	Subtotal	2	8	5	15
	Estados Unidos		1		1
	Indiferente			2	2
Divierten y entretienen	Subtotal		1	2	3
	Estados Unidos		3		3
	Subtotal		3		3
Tienen suficiente presupuesto	Estados Unidos	1	6	2	9
	Indiferente	2	2	2	6
	Subtotal	3	8	4	15
Variedad	Francia		2		2
	Indiferente		1	1	2
	Subtotal		3	1	4
Total		17	57	52	126

Cuadro 39. Opinión respecto a las películas mexicanas

Opinión	Público joven frecuente	Frecuencia acumulada	Público joven regular	Frecuencia acumulada	Público joven esporádico	Frecuencia acumulada
Excelentes	0	0	6	6	9	9
Muy buenas	6	6	21	27	21	30
Buenas	19	25	106	133	114	144
Malas	14	39	28	161	33	177
Muy malas	1	40	2	163	2	179
Pésimas	2	42	8	171	4	183
Total	42		171		183	

	Público joven frecuente	Público joven regular	Público joven esporádico
Mediana	21	85.5	91.5
Q ₁	10.5	42.75	45.75
Q ₃	31.5	128.25	137.25

Gráfico 31. Consenso del público joven que asiste con frecuencia respecto a su opinión de las películas mexicanas

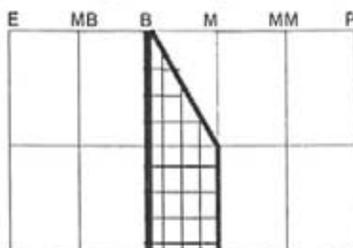
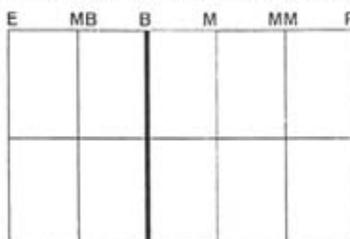


Gráfico 32. Consenso del público joven que asiste de forma esporádica respecto a su opinión de las películas mexicanas



Cuadro 40. Número de películas mexicanas recordadas por año de estreno

Año de estreno	Público joven frecuente	Público joven regular	Público joven esporádico	Total
2005	9	28	22	59
2004	13	62	46	121
2003	1	8	14	23
2002	-	10	23	33
2001	3	8	13	24
2000	4	15	16	35
1999	-	-	2	2
1997	-	1	-	1
1995	-	-	2	2
Ninguna	-	6	3	9
No recuerda	12	33	42	87
Total	42	171	183	396

Cuadro 41. Opinión de las películas mexicanas

Opinión	Público joven frecuente	Público joven regular	Público joven esporádico	Total
Dicen muchas palabras altisonantes	1	10	6	17
No tienen calidad en general, falta de efectos, tecnología	12	29	23	64
Representan realidad de la sociedad mexicana	6	18	31	55
Pocas películas buenas e interesantes	7	22	27	56
No tienen buenos efectos		2	4	6
Buena trama, historia, actores	4	52	58	114
No son realistas	1	1	3	5
Temas repetitivos: violencia, sexo, corrupción	8	21	21	50
Humor, chistes, son entretenidas y divertidas	2	8	8	18
No me gustan	1	8	2	11
Total	42	171	183	396

BIBLIOGRAFÍA

AGUIRRE Sotelo, Sandra, *Cine mexicano: la visión del espectador*, Tesis de licenciatura en Comunicación, León, Guanajuato, Universidad Iberoamericana León, 1999.

ALFARO, Francisco, "La república de los cines" en Clío, México. 1998.

AMADOR, Ma. Luisa, *Cartelera cinematográfica 1920-1929*, México, UNAM, 1999.

----- *Cartelera cinematográfica 1930-1939*, México, Filmoteca UNAM, 1980.

----- *Cartelera cinematográfica 1940-1949*, México, UNAM CUEC, 1982.

----- *Cartelera cinematográfica 1950-1959*, México, UNAM CUEC, 1985.

----- *Cartelera cinematográfica 1960-1969*, México, UNAM CUEC, 1986.

----- *Cartelera cinematográfica 1970-1979*, México, UNAM-Coordinación de Difusión Cultural/CUEC, 1988.

ARGY, Stephanie, "Cómo lograr una buena copia digital" en Estudios cinematográficos, México, UNAM-CUEC, Año 7, Número 20, febrero-julio de 2001.

BARCENAS Curtis, Cesar, *La muerte de la industria cinematográfica mexicana (1992-2000)*, Tesis de licenciatura en Ciencias de la Comunicación, México, UNAM-FCPyS, 2003.

BARTRA, Armando, "Un grito pegado en la pared" en Luna córnea, México; Centro de la imagen, CNCA, Número 24, julio-septiembre de 2002.

BECERRA, Ricardo, *25 años de la Economía Nacional*, <http://www.avantel.net/scaldero/zedillo.html>, 24/03/05.

BRIONES, Guillermo, *Métodos y técnicas de investigación para las ciencias sociales*, México, Trillas, 1998.

BRODERICK, Peter, "Una nueva ecuación: directores jóvenes independientes = realización en video digital" en Estudios cinematográficos, México, UNAM-CUEC, Año 7, Número 20, febrero-julio 2001.

BURTON, Carvajal, Julianne, Torres Patricia y Miquel Ángel, (comp.), *Horizontes del nuevo siglo. Investigación y pedagogía del cine mexicano, latinoamericano y chicano*, México, Universidad de Guadalajara-IMCINE, 1° edición, 1998.

CASANOVA González, Manuel, *Las vistas. Una época del cine en México*, México, Colección Arte y Cultura, 1992.

CONTRERAS Enríquez, María Eugenia, *La industria cinematográfica de México*. Tesis de licenciatura en Economía, México, UNAM-Facultad de Economía, 1969.

CONTRERAS y Espinosa, Fernando, *La producción, sector primario de la industria cinematográfica*, México, UNAM, Dirección General de Difusión Cinematográfica, Textos de Cine 4, 1973.

CORTÉS, Javier Arath, *Mecanismos de apoyo del Estado a la producción cinematográfica en México 1983-2002*, Tesis de licenciatura en Ciencias de la Comunicación, UNAM-FCPyS, 2003.

COSTA, Paola, *La apertura cinematográfica: México 1970-1976*, México, Puebla, Universidad Autónoma de Puebla, Colección Difusión Cultural, serie Cine, 1988.

DAGDUG Sol, Adelfo, *El cine mexicano: una problemática a resolver en el mercado interno*, Tesis de licenciatura en Economía, México, UNAM-Escuela Nacional de Economía, 1971.

DÁVALOS Orozco, Federico, "Albores del cine mexicano" en Clío, México, 1996.

ESTRADA Marién, "Cine de contrastes" en Revista Mexicana Comunicación, México, <http://www.mexicanadecomunicación.com.mx/Tables/RMC/rmc80/cine.html>, 25/10/04.

----- "De película, las andanzas en el cine mexicano" en Revista Mexicana de Comunicación, México, Año 12, Número 62, marzo-abril de 2000.

----- "Historia de película" en Revista Mexicana de Comunicación, México, <http://www.mexicanadecomunicación.com.mx/tables/fmb/foromex/pelicula.html>, 02/09/04.

----- "Un año de buenos deseos y magros avances para el cine mexicano" en Revista Mexicana de Comunicación, México, Año 10, Número 52, enero-febrero 1998.

----- "Escenas, sucesos y cifras del cine en México" en Revista Mexicana de Comunicación, México, Año 9, Número 47, febrero-marzo 1997.

GARCÍA Escudero, José María, *Vamos a hablar de cine*, España, Salvat, 1971.

GARCÍA, Gustavo y José Coria, "El nuevo cine mexicano" en Clío, México, 1997.

GARCÍA Riera, Emilio, *Breve historia del cine mexicano: primer siglo 1897-1997*, México, CONACULTA-IMCINE-Canal 22-Universidad de Guadalajara, 1998.

----- *Historia documental del cine mexicano*, México, Era, I -X tomos.

GARCÍA Canclini, Néstor (coord), *Los nuevos espectadores. Cine televisión y video*, México, CONACULTA-IMCINE, 1° edición, 1994.

GETINO, Octavio, *Cine Latinoamericano: economía y nuevas tecnologías audiovisuales*, México, Trillas, 1990.

----- *Cine y televisión en América Latina. Producción y mercados*, Santiago de Chile, CICCUS, 1° edición, 1998.

GÓMEZ Valero, Carlos, "Una propuesta indecorosa" en etcétera <http://www.etcetera.com.mx/pag46ne38.asp>, 23/12/04.

HEUER, Federico, *La industria cinematográfica mexicana*, México, D.F., Policromía, 1964.

HINOJOSA Córdova, Lucila, *El cine mexicano*, México, Trillas, 2003.

KURI Reyes, Martha Ariadne, *Cine mexicano de los noventa (1989-1999)*, Tesis de licenciatura en Ciencias de la Comunicación, México, UNAM-ENEP Acatlán, 2001.

LAROUSSE, *El cine*, España, SPES, 2003.

LOMBARDO Toledano, Vicente, *Cine, arte y sociedad*, México, UNAM, Dirección de Actividades Cinematográficas, 1989.

LÓPEZ Zarate, Jackeline, *El cine mexicano, una mirada de fin de siglo*, Tesina, ENEP-Acatlán, México, 2003.

NELSON, Carro, "1995 Un año de cine" en DICINE, México, Número 66, mayo-junio, 1996.

NONOAL, Rafael, *Impulsar una industria cinematográfica propia con productores, creadores, instituciones y legisladores: Rafael Tovar*, <http://www.cnca.gob.mx/cnca/nuevodiarias/2909/98/losqueno.html>, 11/08/04.

OTHNIN-GIRAD, Valérie, "El asistente de dirección" en Estudios cinematográficos, México, UNAM-CUEC, Año 8, Número 22, enero-mayo 2002.

OVANDO Trejo, Rosalba, *Espacio de la industria cinematográfica y el videohome en México*, Tesis de licenciatura en Periodismo y Comunicación colectiva, México, UNAM-ENEP Aragón, 1998.

PÉREZ Esparza, Lizbeth, *El papel de IMCINE en la producción de películas mexicanas (1988-1998)*, Tesis de licenciatura en Ciencias de la Comunicación, México, UNAM-FCPyS, 2001.

PÉREZ GIL del Valle, Andrea, *El productor de cine mexicano, el departamento de producción y manual de elementos básicos para la producción de cine en mexicano*, Tesis de licenciatura en Comunicación, México, Universidad Iberoamericana, 1996.

RABASA; Emilio, *La realidad del cine en México. Problemática y soluciones*. Dirección General del Banco Nacional Cinematográfico, S.A., 1969.

RAMOS Ríos, Mariana, *La transformación de las salas de cine en la Ciudad de México. Un acercamiento a la lógica mediación en el consumo cinematográfico urbano*, Tesis de licenciatura en Comunicación, México, Universidad Intercontinental, 2002.

Revista del consumidor, Si de ir al cine se trata..., Número 288, febrero 2001.

Revista Mexicana de Comunicación, México, Número 72, noviembre-diciembre 2001.

Revista Mexicana de Comunicación, México, Año 12, Número 61, enero-febrero 2000.

Revista Mexicana de Comunicación, México, Año 11, Número 57, enero-marzo 1999.

Revista Mexicana de Comunicación, México, Año 8, Número 43, febrero-abril 1996.

Revista Pantalla, México, Dirección General de Actividades Cinematográficas, Coordinación de Difusión Cultural, Número 15, 1991.

REVUELTAS, José, *El conocimiento cinematográfico y sus problemas*, México, Era, 2° reimpresión, 1991.

REDONDO, Ignacio, *Marketing en el cine*, España, Pirámide, 2000.

REYES, Aurelio de los, *A cien años del cine en México*, México, IMCINE-INAH, Porrúa, 1996.

ROBLEDO Castillo, Diana, Alanís Narváez, Dafne, et. al., *Oferta cinematográfica en el continente americano*, Hiper-textos, Número 8, <http://hiper-textos.mty.itesm.mx/mainframe-5.htm>, 28/07/04.

ROJAS Soriano, Raúl, *Guía para realizar investigaciones sociales*, México, Plaza y Valdés, 24° edición, 1999.

ROSAS, Mantecón, Ana, "Una mirada antropológica al público de cine", en El cotidiano, México, <http://www.azc.uam.mx/publicaciones/cotidiano/68/doc7.html>, 15/11/04.

SAENZ Carreño, Alejandra, *Una mirada al cine mexicano de principios de milenio visto a través de quienes colaboran y participan en el (reportaje)*, Tesina en Periodismo y Comunicación colectiva, México, UNAM-FES Acatlán, 2004.

SÁNCHEZ Ruiz, Enrique, *Cine y globalización en México. El desplome de una industria cultural*, México, Comunicación y sociedad, Número 33, mayo-agosto 1998.

----- "¿Se "norteamericaniza" el cine en México?" en Revista Mexicana de Comunicación, México, Año 10, Número 51, octubre-diciembre de 1997.

----- *México, Canadá y la Unión Europea: hacia un Análisis comparativo de políticas de comunicación*, http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/anteriores/n19/19_eruiz.html#8, 18/02/05.

SORIA Galindo, Adoración, *El auge del cine mexicano y las nuevas salas cinematográficas en el D. F.*, Tesis de licenciatura en Comunicación y Periodismo, México, UNAM-ENEP-Aragón, 2002.

TUÑÓN, Julia, "Entre fotos te veas: del cine al still" en Luna córnea, México, Centro de la imagen, CNCA, Número 24, julio-agosto de 2002.

UGALDE, Víctor, "Panorama de la producción cinematográfica nacional", Estudios cinematográficos, México, UNAM-CUEC, Año 10, Número 26, enero-marzo 2005.

----- "Panorama del cine en México: cifras y propuestas" en Estudios cinematográficos, México, UNAM-CUEC, Año 4, Número 14, octubre-diciembre de 1998.

VEGA Alfaro, Eduardo de la, Enrique Sánchez Ruiz (comps) *Bye, Bye, Lumière... Investigación sobre cine en México*, México, Colección Textos de Comunicación y Sociedad, serie Cuadernos, 1994.

VEGA Alfaro, Eduardo de la, *La industria cinematográfica mexicana*, México, Universidad de Guadalajara, 1991.

Páginas de Internet consultadas:

<http://www.septima-ars.com>

<http://www.canacine.org.mx>

<http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones>

<http://www.cinemark.com>

<http://www.cinemex.com.mx>

<http://cinemexicano.mty.itesm.mx/front.html>

<http://www.cineminuto.com>

<http://www.cinopolis.com.mx>

<http://www.cinetecanacional.net>
<http://www.comsoc.udg.mx/gaceta>
<http://www.comohacercine.com>
<http://www.df.gob.mx>
<http://www.eluniversal.com.mx>
<http://www.expansion.com>
http://hyper-textos.mty.itesm.mx/mainframe_5.htm
<http://www.imcine.org.mx>
<http://www.imdb.com>
<http://www.inegi.gob.mx>
<http://www.lajornada.unam.mx>
<http://www.profeco.gob.mx>
<http://www.reforma.com.mx>
<http://www.revistacinefagia.com>
<http://www.sep.gob.mx>
<http://www.unam.mx/filmoteca>
<http://www.unesco.org>