



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
FACULTAD DE ECONOMÍA

**LA INDUSTRIA CINEMATOGRAFICA EN EL MARCO DEL
MÉXICO MODERNO 1938-1956**

TESIS

**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADO EN ECONOMÍA**

**PRESENTA:
ALAN ELIHÚ HERNÁNDEZ SANTIAGO**

DIRECTOR DE TESIS DR. JOSÉ ANTONIO IBARRA ROMERO



CD. MX. CIUDAD UNIVERSITARIA 2022



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.

La industria cinematográfica nacional, en el marco del México moderno 1938-1956.

Introducción

Para el caso específico de México, en las primeras décadas del siglo XX, dió inicio en nuestro país la producción de películas concebidas como producto de consumo para un público amplio y con ello, acompañando la construcción visual del modelo político, económico y social, del Estado. La intervención y apoyo del gobierno federal impulsó la conformación de la industria nacional. Esta etapa que abarca de finales de los años 30 a la segunda mitad de los años 50, fue fundamental para sentar las bases del México posrevolucionario y de la posguerra. Los filmes mexicanos supieron tomar ventaja de la barrera a la entrada natural del idioma, frente al cine estadounidense, y lograron convertirse en un gran producto de exportación. Establecieron la imagen de México para el mundo, pero aún más importante es el efecto que estos tuvieron en el imaginario colectivo, como la creación de una identidad nacional y la construcción de roles sociales y familiares, así como la ética y moral de todo el país. (Blanco 1986, 44)

En nuestro país han surgido diversos trabajos referentes a al tema, con diversos enfoques, acerca de la creación de la industria filmica nacional, debido a factores externos e internos; así como el discurso nacionalista como eje central de dicha industria, gracias a una ardua y muy profesional labor de ensayistas, críticos, investigadores, e historiadores de cine, entre los que destacan: Emilio García Riera, Rafael E. Portas, Tomás Pérez Turrent, Jorge Ayala Blanco, Aurelio de los Reyes, Carlos Monsiváis, Carlos Bonfil, Francisco Peredo, Carlos Martínez Assad y algunos más, que defienden la idea de que el cine mexicano también puede ser un placentero documento para la historia, en este caso, económica. (Martínez Assad 2008, 80).

Por otra parte, ejemplos documentados del efecto que la producción filmica y audio visual puede provocar en el desarrollo de una nación, así como la creación de pequeños grupos de poder a partir de esta industria, han sido documentados con

casos extremos como en la Alemania Nazi durante los años de 1930, guiados por el modelo propagandístico de Joseph Goebbels. (Sadoul, 1972; 123). Sin embargo, existen muchos otros casos en donde la producción filmica ha sido utilizada intencionalmente para difundir ideas deliberadamente en los espectadores, que han sido transmitidas a lo largo de generaciones, como es el caso de Walt Disney Company. (Muñoz, 2006; 7).

La importancia de este tema en particular, radica en que debido al momento histórico que vivimos con el auge de las producciones audiovisuales, así como de las plataformas digitales para la difusión de las mismas en todo el mundo y el importante efecto que estas tienen en el imaginario colectivo, aunado al resurgimiento de excelentes realizadores mexicanos con reconocimiento internacional, en las últimas décadas; me resulta muy interesante hacer un análisis sobre el origen de esta industria en México, el tipo y grado de competencia económica que operaba e identificar a los empresarios y funcionarios públicos que hicieron posible la creación de una industria nacional que llegó a dominar el mercado internacional de cine hispanohablante; pero más importante que esto, es identificar las acciones concretas que llevaron a la consolidación y consagración de nuestro cine; para quizá en un futuro cercano, en colaboración con esta nueva oleada de realizadores talentosos, contribuir a devolverle sus viejas glorias al cine mexicano hecho en México, no en EE.UU.

Ejemplos documentados del efecto que la producción fílmica y audio visual puede provocar en el desarrollo de una nación, así como la creación de pequeños grupos de poder a partir de esta industria, han sido documentados con casos como el de Joseph Goebbels en la Alemania Nazi durante los años 30. Sin embargo, existen muchos otros casos en donde la producción filmica ha sido utilizada intencionalmente para difundir e incluso implantar ideas en los espectadores, ideas que han sido transmitidas a lo largo de generaciones. (Sadoul, 1972; 123)

La presente tesis, tiene como principal objetivo explicar desde el punto de vista de la historia económica, la industria cinematográfica en México, durante la llamada “época de oro”; aplicando métodos estadísticos, y los índices de concentración de mercado; de las principales empresas que operaron en la industria, para determinar

el grado de oligopolio en el mercado. Por otra parte también se incluye el papel que jugó el Estado en la creación y desarrollo de la industria. Nos interesa argumentar que la producción fílmica nacional, durante los años de la llamada época de oro, propició la formación y consolidación de un oligopolio empresarial que recibió el respaldo privilegiado del Gobierno Federal.

Este trabajo se centra, por el contrario, en estudiar la industria desde el punto de vista de la producción y la competencia económica, así como del contexto institucional imperante en la época. A través del análisis de la creación de la industria fílmica nacional y el modelo de organización industrial de la producción, el financiamiento y éxito comercial con base en la teoría clásica del valor y del oligopolio; se describirá la formación del México moderno así como la generación y acumulación de riqueza en manos de pocos; y el impacto en el proyecto de nación de los años 40 y 50.

El trabajo está organizado de la siguiente forma: En el capítulo primero se abordan los principios teóricos y metodológicos que sustentan el planteamiento. Se hace una exposición sobre la teoría clásica del valor, como punto de partida, así como un breve repaso de los modelos de comercio internacional y concentración de mercado, enfocándonos en el oligopolio como estructura de mercado. Respecto al segundo capítulo, debido a la naturaleza de la industria estudiada, esta se abordará desde un aspecto interdisciplinario, haciendo una amplia exposición del cine como actividad humana, invento tecnológico, disciplina artística y por supuesto, el aspecto que nos atañe, como industria. En el tercer capítulo se expone el núcleo de la investigación donde se analizan las principales fuentes de información, que se utilizaron para la elaboración de la base de datos del periodo de estudio y la presentación de las gráficas que muestran, desde el principal punto de vista que es la oferta, pero también desde el punto de vista de la demanda y la participación estatal. Así, también, el comportamiento de las empresas con respecto al mercado y la competencia directa del país, en términos del comercio internacional con el objetivo de mostrar un panorama más completo.

Finalmente, se presentan las conclusiones de la investigación haciendo un análisis y la interpretación económica de los resultados, así como la explicación detallada y

argumentación de la relación con respecto a la hipótesis de trabajo. Complementariamente, se incluyen dos anexos: en el A se agrega la base de datos de elaboración propia, mientras que en el anexo B se exponen algunas gráficas adicionales que enriquecen la investigación, pero que no son fundamentales, así como información suplementaria de algunos de los personajes que dirigieron la industria en aquel periodo.

Capítulo 1. El oligopolio

1.1 Sobre el valor

Para exponer en su complejidad a la estructura de mercado conocida como oligopolio, se partirá del elemento más particular del objeto de estudio de la disciplina económica, que es el valor, como si se tratara del átomo para los físicos; para de esta forma exponer cada uno de los elementos que conforman el objeto de estudio de la presente investigación, y posteriormente, explicar el todo en su conjunto, es decir, la industria cinematográfica.

1.1.1 Diferentes formas de valor

Remitiendonos al padre de la ciencia económica: Adam Smith, ha propuesto en su teoría del valor, que el trabajo es el precio real de cualquier objeto. *“Debemos advertir que la palabra valor tiene dos significados diferentes, pues a veces expresa la utilidad de un objeto particular, y, otras, la capacidad de comprar otros bienes, capacidad que se deriva de la posesión del dinero...”* (Smith 1999, 30). De este fragmento podemos extraer que la teoría del valor-trabajo para Smith consiste de varias partes. En primer lugar, en esta teoría, el término “valor” tiene dos significados. Uno es la capacidad que tiene para satisfacer las necesidades para las cuales fue producido; la otra, la capacidad que tiene para intercambiarse por otros bienes. Una segunda sería que su capacidad para cambiarse o adquirir otros bienes deriva de la cantidad de trabajo utilizado en su producción, también llamado: trabajo incorporado; o correlativamente, de la cantidad de trabajo evitado mediante la adquisición de otros bienes en el intercambio, también llamado: trabajo comandado.

La relación de intercambio entre los bienes, está directamente relacionada a ambos tipos de trabajo, incorporado y comandado; por lo tanto, para conocer el valor en cambio de cada bien, es necesario hacer una comparación entre estos ya mencionados tipos de trabajo. También Smith concluye que el trabajo es el precio primitivo, y la cantidad de este era la medida estándar en un intercambio recíproco de dos bienes, durante el estado más primitivo de la sociedad (Smith 1999, 30).

Entonces, todos los bienes normales tendrían como medida de valor de cambio, la cantidad de trabajo necesario para reproducirlos, exceptuando a los bienes únicos. Aquellos bienes que fueran únicos e irremplazables como las obras de arte. De acuerdo con Smith, estos bienes recibirán una valoración distinta y subjetiva, dependiendo de quién desee comprar ese bien. En este punto se encuentra una primera disyuntiva con la teoría económica, ya que como se verá a detalle en el siguiente capítulo, los bienes producidos por la industria a estudiar, cumplen con todas las características de una obra de arte, y al mismo tiempo con las características propias de una industria capitalista (Smith 1999, 30).

Continuando con el sucesor de Smith, David Ricardo, sostiene que el valor de cambio no se determina únicamente con el trabajo contenido en un bien, sino que también todas las herramientas, maquinaria, edificios, etcétera, utilizadas durante el proceso de elaboración y obtención de un bien, deben ser tomados en cuenta para determinar su valor. Desde la perspectiva de David Ricardo tenemos que diferenciar el valor de uso y el valor de cambio. Contrario al argumento de Smith, Ricardo define que *“la utilidad no es la medida del valor en cambio, aunque es absolutamente esencial para este”* (Ricardo 2014, 9). Es decir, que el valor de cambio no dependerá de la utilidad que un bien nos reporte, sino de la cantidad de trabajo incorporado que tenga en todo el proceso productivo, así es como el valor de uso se tomará en cuenta, ya que si un bien no fuera útil no podría contribuir a ninguna satisfacción, esta misma condición implica que *“los bienes obtienen su valor en cambio de dos fuentes: de su escasez y de la cantidad de trabajo requerida para obtenerlos”* (Ricardo 2014, 9).

La suma total del valor de todas las clases de trabajo empleados durante la producción del bien determinarán la cantidad de bienes por los que podrán cambiarse. De igual forma sería aplicada la misma consideración de la cantidad de trabajo para los bienes por los que se intercambiará el primer bien. “... *el valor de cambio de los bienes producidos sería proporcional al trabajo empleado en su producción: no sólo en su producción inmediata, sino en todos aquellos implementos o máquinas requeridos para llevar a cabo el trabajo particular al que fueron aplicados.*” (Ricardo 2014, 19) Un principio fundamental para entender la teoría clásica del valor. Ricardo de manera muy clara nos hace entender que el valor de un bien está en función no sólo del trabajo inmediato, sino también del trabajo anterior aplicado, es decir, las herramientas necesarias para producirlo. Lo que él y Marx llamarían capital. Concepto que será explicado a detalle más adelante.

Continuando con la idea de que el trabajo es el generador de riqueza y por tanto, la medida real de valor; llegamos a otro concepto teórico fundamental en Smith (1999), que es la división del trabajo, la cual permite la especialización y optimización, por tanto aumenta la calidad y productividad del trabajo. Lo anterior hace referencia a que cada esfera productiva de una sociedad requiere de las demás para poder llevar a cabo su proceso productivo, y al mismo tiempo refuerza la idea de trabajo presente y trabajo pasado para determinar el valor de cambio de las mercancías.

1.1.2 Sobre la mercancía

Hemos llegado a otro concepto fundamental en la economía que es la mercancía como valor. “*Los productos del trabajo destinados a satisfacer la necesidades personales de quien los crea son, indudablemente, valores de uso, pero no mercancías. Para producir mercancías, no basta producir valores de uso, sino que es menester producir valores de uso para otros, valores de uso sociales.*”, “*Un objeto puede ser valor de uso sin ser valor*” (Marx 1999, 8). Este principio teórico nos permite entender que todos aquellos bienes destinados al autoconsumo, serían valores de uso, pero no mercancías o valores. Todo valor de uso requiere que los bienes sean llevados al mercado para ser intercambiados, de ahí el nombre

mercancía, puesto que como ya se mencionó, cada esfera productiva requiere del producto de la otra para reiniciar su proceso de producción.

Toda mercancía posee un precio natural que es igual a su costo de producción y este se determina por los elementos que intervienen en su producción, los cuales son el trabajo, la tierra y el capital, también llamados: factores de la producción, dentro de la concepción de los Clásicos, específicamente. En este punto, una vez que se conoce el precio natural de los valores de uso, estos son llevados al mercado para ser intercambiados, lo que los convierte en mercancías, en donde son vendidos a un precio de mercado, es decir, la cantidad de dinero por la que se intercambia, y este puede ser mayor, menor o igual al precio natural. Una vez vendida la mercancía se deben pagar las remuneraciones a los factores de la producción según su participación en el producto. Al trabajo le corresponde un salario, a la tierra una renta y el remanente es el beneficio para quien pone el capital.

1.1.3 Sobre el capital

Ya se ha mencionado en varias ocasiones el concepto de capital, otro término fundamental de la teoría clásica del valor, pues para conocer y estudiar las condiciones de producción de una sociedad, es imprescindible conocer la composición de su capital invertido; por lo que a continuación procedo a definirlo. El capital en su forma más general, engloba todos los implementos necesarios para llevar a cabo un proceso de producción, como herramientas, edificios, terrenos, maquinaria, trabajadores, etc. Ricardo (2014) a diferencia de Smith (1999) identifica y explica la composición del capital en fijó como trabajo pasado y circulante al trabajo presente, basado en su durabilidad, así como su rotación y sus efectos sobre el valor. De esta manera identifica que en el caso del capital fijo, este guarda una relación inversamente proporcional con el valor. A mayor durabilidad transfiere menos valor al producto; a menor durabilidad transfiere mayor valor al producto. *“Según que el capital perezca con rapidez y requiere ser reproducido con frecuencia, o bien sea de consumo lento, se le clasifica como capital circulante o fijo”* (Ricardo 2014, 39). Ahora bien, para Ricardo, el capital fijo está formado por todos los implementos necesarios como maquinaria o herramientas, es decir,

mercancías producidas en el pasado. Para que con los trabajadores, que son la mano de obra, es decir, el trabajo presente, se pueda llevar a cabo el proceso productivo. Por el lado de la durabilidad y rotación, el capital fijo es aquel que dura varios procesos y se consume paulatinamente; mientras que el circulante, es aquel que se consume totalmente en el proceso de producción mismo, por tanto debe reponerse para iniciar un nuevo proceso.

Por otra parte, a su vez, el sucesor de Ricardo, Karl Marx, también es imprescindible conocer la composición del capital invertido, sólo que su definición difiere a la de Ricardo, en cuanto a términos y partes de que se compone cada uno. *“... la parte de capital que se invierte en medios de producción, ... no cambia de magnitud de valor en el proceso de producción. Teniendo esto en cuenta le doy el nombre de ... capital constante. En cambio la parte de capital que se invierte en fuerza de trabajo cambia de valor en el proceso de producción. Además de reproducir su propia equivalencia, crea un remanente, la plusvalía, que puede también variar, siendo más grande o más pequeño... Por eso le doy el nombre de capital variable.”* (Marx 1999, 158) Como se puede entender, para Marx el capital se divide en constante y variable, basado también en su durabilidad y rotación, sin embargo, incluye las materias primas dentro del capital constante, y el variable se limita exclusivamente a los salarios del trabajador.

1.1.4 Sobre la renta

Existe otro concepto fundamental en la teoría clásica del valor y que poco se ha mencionado en esta investigación, y que es la renta. A pesar de ser uno de los factores de la producción con gran relevancia, para el caso específico de la presente investigación, tendrá poca relevancia, por lo que se dará una breve definición. El concepto de renta en Smith (1999) y en Ricardo (2014), ambos identifican que se paga una renta porque existe apropiación privada de la tierra y como se dijo brevemente, la renta es la remuneración al propietario de la tierra. La diferencia radica en la explicación que cada uno da, sobre su efecto en el precio de las mercancías. *“La renta entra, pues, en la composición del precio de las mercancías de una manera diferente a como lo hacen los salarios y los beneficios. Que los*

salarios o beneficios sean altos o bajos determinan que los precios sean, a su vez, elevados o módicos, mientras que una renta alta o baja es consecuencia del precio” (Smith, 2014, 241). Smith considera la renta como una consecuencia del alto precio de las mercancías. *“La renta es aquella parte del producto de la tierra que se paga al terrateniente por el uso de las energías originarias e indestructibles del suelo.”* (Ricardo 2014, 51) *“Dicho cereal no se encarece porque hay que pagar una renta, sino que debe pagarse una renta porque el cereal es caro; ...”* (Ricardo 2014, 56). En cambio Ricardo no considera, sino que con base a los resultados de su investigación descubre que la renta no es una consecuencia de alto precio de las mercancías, sino la causa, es decir, que es la renta la que provoca que las mercancías se encarezcan, que a su vez es una consecuencia de las diferentes fertilidades de la tierra. Primero identifica qué es la renta, para después pasar explicar las leyes por las cuales se rige.

1.1.5 Sobre el trabajo

Este es un término que se ha utilizado ya en varias ocasiones hasta el momento y que seguirá utilizándose, por lo que a continuación se dará una definición amplia. Continuando con la teoría clásica del valor, de acuerdo con Smith, *“... el trabajo es la medida universal y más exacta del valor, la única regla que nos permite comparar los valores de las diferentes mercancías en distintos tiempos y lugares”* (Smith 2014, 37). Ricardo por su parte, coincide con Smith, pero profundiza aún más al exponer que como cada trabajo es diferente, por lo que se debe tener mucho cuidado al abstraer los diferentes tipos de trabajo en tiempo de trabajo humano, para poder realizar las comparaciones. *“Sin embargo, al hablar de trabajo como la base de todo valor y de la cantidad relativa de trabajo como determinante casi exclusivo del valor relativo de los bienes, no debe suponerse que pasó por alto las distintas calidades de trabajo ni la dificultad que surge al comparar el trabajo de una hora o de un día, en una ocupación, con la misma duración de trabajo en otra”* (Ricardo 2014, 16). Este principio, es el antecedente directo de la teoría del plusvalor en Marx, y que será expuesta más adelante.

Por otra parte, Ricardo complementa diciendo que, *“Si la cantidad de trabajo cristalizada en los bienes determina su valor en cambio, cualquier aumento en la cantidad de trabajo debe elevar el valor de este bien sobre el que se ha aplicado,*

así como cualquier disminución debe reducir su valor” (Ricardo 2014, 11). Lo que quiere decir que un aumento en la cantidad de trabajo aplicada sobre un bien puede deberse al empleo de más hombres, o la aceleración de la tasa de rotación en el capital fijo. Si sucede lo opuesto, es decir, que se empleen menos hombres o se alargue la tasa de rotación del capital fijo; representará inevitablemente una disminución en el valor de ese bien. El trabajo productivo es aquel que agrega valor al objeto de trabajo, por tanto genera un excedente. El trabajo improductivo es aquel que no agrega valor, por tanto no genera un excedente *“El principio de que la cantidad de trabajo empleada en la producción de bienes determina su valor relativo, considerablemente modificado por el empleo de maquinaria u otro capital fijo y duradero”* (Ricardo 2014, 23).

1.1.6 El excedente y la ganancia

Como se mencionó en el subapartado anterior, el excedente es resultado únicamente del trabajo productivo, porque agrega valor a la mercancía. *“... la magnitud del producto excedente no se mide por la proporción que guarda con el resto del producto total, sino por la que guarda con aquella parte del producto en que toma cuerpo el trabajo necesario. Y como la producción de plusvalía es la finalidad impulsora de la producción capitalista, el nivel de la riqueza no se gradúa por la magnitud absoluta de lo producido, sino por la magnitud relativa del producto excedente”* (Marx 1999: 175). Este principio nos permite entender que el proceso de producción capitalista no es re-integrativo, es decir, que no se produce para recuperar sólo lo gastado, sino que debe existir un beneficio para quien invierte su capital en un proceso de producción. A este beneficio Ricardo lo llama el producto excedente y Marx plusvalor; que es el remanente del producto total, una vez restada la remuneración a los medios de producción. La ganancia es el beneficio que obtiene aquel que invierte su capital en la producción de recursos naturales o productos manufacturados. Una vez pagados los salarios y la renta, el residuo es el excedente, utilidades o también llamada ganancia. Cuando hablamos de tasa de ganancia, nos referimos a la cantidad de utilidades que se obtiene con respecto al capital total invertido, en términos porcentuales. Sin embargo, la ganancia vista solo desde este punto de vista, oculta algo de suma importancia para entender la naturaleza de toda actividad productiva y es el ya mencionado plusvalor.

Como se mencionó previamente, Ricardo hace notar la importancia de las diferencias en los diversos tipos de trabajo, al tratar de homogeneizar en un concepto llamado tiempo de trabajo humano. Sin embargo, esta idea queda muy corta y es Marx quien ofrece una explicación completa y convincente. *“La suma del trabajo necesario y del trabajo excedente, del espacio de tiempo en que el obrero repone el valor de su fuerza de trabajo y aquel en que produce la plusvalía, forman la magnitud absoluta de tiempo de trabajo, o sea la jornada de trabajo (working Day)”* (Marx 1999, 176). Este principio nos permite entender que lo que se genera durante la jornada laboral es el salario del trabajador y el excedente. Es decir, que nos permite entender cuál es el tiempo de reproducción del salario y cuál es el tiempo que se destina a generar el excedente o plusvalor.

Hasta aquí se ha hecho una exposición sobre la teoría clásica del valor, la cual será utilizada para exponer el tipo de mercancías que produce la industria en cuestión, en los capítulos subsecuentes. Entonces, tenemos que el trabajo es la fuente y medida real del valor, este a su vez se divide en trabajo pasado y presente, o dicho de otra forma, capital fijo y circulante, respectivamente. Este capital es el dinero que se desembolsa para echar a andar la producción y está a su vez se compone de tres factores que son el trabajo, la tierra y el capital. Una vez producidos los bienes, son llevados al mercado para ser intercambiados y así reiniciar el ciclo productivo. Una vez intercambiadas las mercancías y después de ser repuestos los factores de la producción, el remanente representa la ganancia del dueño del capital, sin embargo, es el trabajador quien genera el excedente. *“Si prescindimos del carácter concreto de la actividad productiva y, por tanto, de la utilidad del trabajo... queda simplemente, el ser un gasto de fuerza humana de trabajo”* (Marx 1999, 11).

1.2 De la empresa

Este apartado está enfocado a la explicación del surgimiento de la empresa, principalmente desde la aproximación de Ronald Coase, con su crítica a la teoría económica neoclásica y con ello a la manera en que introdujo el concepto de costo de transacción al análisis económico. De forma muy general, la empresa, en el sentido de la producción de bienes, es este ente que se forma al reunir a los

factores de la producción, expuestos en el apartado anterior; con el objetivo de producir mercancías y obtener un excedente, para incrementar su capital. Sin embargo, a continuación se explica con más detalle, los conceptos que la definen.

1.2.1 Costos de transacción y empresa

La propuesta teórica de Coase surge, precisamente, a partir de su crítica a la teoría neoclásica, ya que esta última deja sin explicar la integración vertical y horizontal, conceptos que se explicarán a detalle más adelante; y con ello, el origen de la empresa. Estos aspectos son centrales en la investigación de dicho autor, pues desde su punto de vista, en el análisis económico neoclásico los individuos no son consumidores, sino un conjunto consistente de preferencias maximizadoras. En este contexto, la empresa se explica a partir de curvas de costos y de demandas y los actores económicos intercambian bienes y servicios sin que se establezca un marco institucional específico. La lógica del análisis se centra en el mecanismo de precios y en la combinación óptima de insumos, sin problemas de intercambio ni en el mercado ni en la firma (Coase 1996, 87).

Coase introdujo el concepto de costo de transacción, para explicar la integración vertical y horizontal de una empresa. Entendido como el costo por realizar transacciones por medio del mercado (Coase, 1996, 12). Es decir, los costos por utilizar el mecanismo de precios: *“El costo más obvio de la organización de la producción mediante el mecanismo de precios es el descubrimiento de los precios relevantes”* (Coase 1996; 33). Por otro lado, existen costos separados de negociación, seguimiento y contratación para cada transacción que ocurre en el mercado. En su análisis compara los costos de transacción con los costos organizacionales, es decir, evalúa los costos de coordinación de mercado frente a los costos que enfrenta internamente la empresa. Esto indica que fuera de la empresa, las transacciones están reguladas por el mercado, mientras que dentro de él, la coordinación de la producción está a cargo del empresario (Coase 1996, 41).

Las empresas emergen como una alternativa al mercado en la medida en que reducen los costos de transacción; De hecho, los agentes de producción pueden

emplearse dentro de la empresa bajo el mismo contrato global, en lugar de trabajar individualmente. Entonces, la principal conveniencia para crear un negocio es: *“Un factor de producción (o su dueño) no tienen que hacer una serie de contratos con los factores que cooperan dentro de la empresa, como sería necesario, por supuesto, si esta cooperación fuese resultado directo de la operación del mecanismo de precios. Esta serie de contratos se sustituye por un solo contrato”* (Coase 1996, 33 y 34). De esta manera, los costos de transacción, influyen en la determinación de comprar o producir. Aunque, como señala el autor, puede haber mercados dentro de las organizaciones económicas, lo que evidencia que no es fácil establecer la línea divisoria entre ambas formas de coordinación.

1.2.2 Crecimiento de la empresa

Una firma puede lograr un crecimiento de dos formas: mediante integración horizontal o vertical. La primera alternativa se llama: integración lateral. Esto implica fusionar las transacciones de dos o más empresas en una sola transacción destinada a coordinar sus respectivas operaciones. Por otro lado, la integración vertical requiere que la empresa realice transacciones comerciales que previamente ha subcontratado (Coase 1996, 67). Para elegir una de estas opciones, el criterio es la evaluación del costo de transacción que se incluye en cada opción. Así, la empresa debe ser capaz de crecer bajo las siguientes condiciones: siempre que el aumento, tanto absoluto como relativo, en los costos de organización sea menor que el del mercado; Siempre que la probabilidad de que el empresario se equivoque sea muy pequeña respecto al crecimiento del número de operaciones concertadas; En la medida en que los precios exigidos a los factores de producción por las grandes empresas sean más débiles. En la medida en que el incremento en el costo de los factores de coordinación no supere el costo de mercado de la rigidez burocrática y las restricciones impuestas por la regulación de las diversas transacciones (Coase 1996, 96).

1.2.3 Marco Institucional

Las relaciones corporativas forman una tercera estructura de coordinación, que va más allá del mercado y de la empresa. En este sentido, los costos internos de regular la actividad económica dentro de la empresa deben contrastarse con los costos de reposición que incluyen el establecimiento de diversas formas de intercambio con otras empresas y no solo con los costos que incluyen la realización de transacciones de mercado, es decir, las transacciones tienen lugar directamente entre factores de producción o factores económicos individuales descoordinados antes que otros (Coase, 1996, 91).

Sin embargo, la Compañía también puede optar por subcontratar o celebrar cualquier otra forma de sociedad o acuerdo de sociedad. El problema es el riesgo en el que incurre la decisión final del proveedor de servicios de completar el intercambio. Para reducir el riesgo de dependencia de los proveedores, la empresa tiene dos caminos: fusionarse o implementar varios arreglos contractuales a largo plazo. El contrato generalmente especifica lo que debe hacer el proveedor y los términos del intercambio. Sin embargo, los contratos a largo plazo son difíciles de crear debido a la imprevisibilidad de las diversas situaciones que pueden surgir. El objeto de la celebración del contrato es reducir los riesgos que puedan surgir como consecuencia del fraude del proveedor. No obstante, también es posible que el cliente decida rescindir el contrato por cambio de proveedor. (Coase, 1996, 82).

Por su parte, la especificidad del contenido no significa que la integración sea la única alternativa. La evaluación final incluye la consideración de los costos de transacción incurridos considerando la posibilidad de optar por un contrato a largo plazo. Los vínculos de colaboración entre organizaciones forman parte del marco institucional del sistema económico y su funcionamiento a través de las normas, los sistemas jurídicos, los sistemas sociales, políticos y educativos, la cultura, entre otros. Estos aspectos son fundamentales para el estudio y comprensión de la estructura institucional de la producción. De esta forma, Coase se separa de la tradición neoclásica, que concibe los precios como un medio de coordinación económica en los mercados dentro de un vacío institucional. Señala que las organizaciones pueden reducir los costos de transacción al facilitar el intercambio y

así contribuir a la especialización del trabajo y al aumento de la productividad (Coase, 1996, 97).

1.3 La competencia

En la disciplina económica es muy utilizado el término “competencia” para referirse, analizar y explicar las diferentes formas de en las que están organizadas las diversas industrias. Existen varios tipos de organización industrial, los cuales están en función del número de empresas que operan en una determinada industria y su respectivo mercado; y estas pueden referirse tanto del lado de la oferta como el de la demanda. Para los fines de la presente investigación ese término será utilizado de manera recurrente, por lo que es importante definirlo de manera adecuada. En primer lugar es importante tener claro a qué nos referimos al hablar de una industria. Continuando con la teoría de Tirole, una industria se refiere al conjunto de empresas que producen un bien o bienes homogéneos. Estos bienes son ofrecidos en un mercado determinado, donde compiten entre sí (Tirole 1990, 39).

Dicho esto, como se mencionó, el tipo de competencia responde al número de empresas operando en una determinada industria. En una primera instancia, se podría decir que la competencia puede entenderse de manera muy general, en la aceptación de los bienes que una industria produce con respecto al consumidor. Algunos bienes logran tener mayor demanda por parte del consumidor que otros, a pesar de ser teóricamente homogéneos. Por ejemplo, en la industria de bebidas gaseosas, se puede notar que la mayoría de los consumidores demandan más un sabor de cierta marca, que ese mismo sabor de bebida gaseosa de otras marcas. Por lo tanto la competencia no solo se refiere al número de empresas en la industria, sino que también influye la demanda que el bien o bienes de una empresa tiene con respecto al de las demás empresas de la misma industria, lo que provoca que las decisiones de la empresa con mayor demanda influyan directamente sobre ese mercado; a esto se le conoce como poder de mercado. Concepto que será definido con mayor precisión más adelante. Concepto que será definido con mayor precisión más adelante (Tirole 1990, 426).

Cuando el número de empresas en una industria y su respectiva demanda es tal, que las decisiones individuales de cada empresa no tengan repercusión alguna sobre el mercado, se dice que este opera en competencia perfecta. Este es un concepto teórico, que funciona como base para entender los diferentes tipos de organización industrial presentes en el sistema capitalista. La esencia de este concepto radica en la idea de que el mercado es impersonal y por tanto la competencia es recíprocamente leal. Como concepto teórico de la Economía funciona muy bien y es clave para estudiar la conducta empresarial, sin embargo en la práctica resulta sumamente difícil encontrar un mercado donde exista verdaderamente una competencia perfecta. Tal pareciera que la misma naturaleza del capitalismo impide a las industrias lograr ese grado de competencia. Existen cuatro condiciones fundamentales, que al combinarse todas garantizan un mercado impersonal, libre, donde tanto oferentes como demandantes determinan la asignación de los recursos y la distribución del ingreso; es decir, dan como resultado una competencia perfecta (Ferguson 1974, 202).

Dichas condiciones son las siguientes:

- Tamaño pequeño, gran número,
- Producto homogéneo,
- Libre movilidad de los recursos,
- Conocimiento perfecto.

La primera condición es el hecho de que todos los actores económicos relacionados con el mercado son relativamente pequeños y no pueden tener ningún efecto sobre los precios. Desde la perspectiva de la oferta, cada productor debe ser lo suficientemente pequeño para evitar que sus decisiones afecten los precios de mercado o los volúmenes de producción. Por otro lado, desde la perspectiva de la demanda, se requiere que cada comprador no sea tan importante que no pueda obtener una consideración especial del vendedor.

La segunda condición es el hecho de que los productos de la empresa en un mercado en particular deben ser los mismos que los productos de todos los

competidores, lo que asegura que los compradores sean indiferentes a la empresa que compran.

La tercera condición es la entrada y salida libre y conveniente de nuevas empresas en la industria, acompañada de un bajo nivel de conocimiento y especialización laboral. Esto también significa que los proveedores de insumos operan en las mismas condiciones de competencia perfecta.

La cuarta condición es el hecho de que todo el personal relevante, es decir, consumidores, vendedores, productores y trabajadores, tenga la misma información sobre precios, costos y salarios en la industria.

Con base en todo lo anterior, en la competencia perfecta, el tamaño de mercado de cada entidad económica es tan pequeño que no tiene ningún efecto sobre el precio y la cantidad; los productos son homogéneos; todos los recursos son fluyen de manera libre, incluida la entrada libre y conveniente de la empresa; todos los agentes económicos involucrados tienen un conocimiento completo y completo de la industria (Ferguson 1974, 203).

Como se mencionó anteriormente, aunque es difícil imaginar una competencia perfecta en la práctica, esta ha demostrado ser muy útil para el análisis económico. En el extremo opuesto de la competencia perfecta como modelo de organización económica, se encuentra el monopolio. En la definición más general, cuando hay un solo proveedor en un mercado determinado, se producirá un monopolio puro, por lo que no hay competencia en la teoría ni en la práctica. Sin embargo, en un sentido más estricto, cuando estudiamos en profundidad, podemos identificar dos tipos de competencia indirecta.

La primera forma de competencia indirecta corresponde a los beneficios corporativos que los consumidores pueden disfrutar en un monopolio puro. En otras palabras, todos los productos ofrecidos por la empresa, independientemente de la

competencia en sus respectivas industrias, competirán por un lugar en el presupuesto del consumidor.

El segundo corresponde a bienes sustitutos. Básicamente, cuando hablamos de monopolio, no puede haber bienes completamente sustitutos, de lo contrario, el monopolio puro es imposible. Sin embargo, puede haber bienes sustitutos imperfectos que compiten indirectamente con bienes proporcionados por monopolistas. Hay tres fuentes principales de monopolio y son la base para determinar el monopolio puro en la práctica. La primera es cuando un solo productor controla las materias primas o los insumos. El segundo punto corresponde al uso de patentes, que se refiere a la exclusividad de la producción de bienes o procesos específicos.

El tercer tipo ocurre cuando el monopolista puede cubrir de manera efectiva todo el mercado. Cuando se cumple alguna de las tres condiciones anteriores, aunque los mercados en cuestión proporcionan una rentabilidad sustancial del capital, impiden la entrada de nuevas empresas en la industria.

En resumen, en el monopolio puro, no hay competidores directos, pero sí indirectos, ya sea por la renta del consumidor o por la existencia de bienes sustitutos. El concepto mencionado anteriormente, pero no definido, es el poder de mercado, que afecta el bienestar y la asignación de recursos. Las empresas con poder de mercado pueden fijar precios por encima de sus costos marginales. Por lo tanto, en comparación con las transacciones en industrias donde las empresas carecen de poder de mercado, los consumidores compran menos bienes o necesitan aumentar el gasto para obtener la misma cantidad de bienes. Además, las empresas con esta capacidad tienen mayores márgenes de ganancia y pueden obtener mayores retornos, lo que afectará la distribución de capital y trabajo. Ante una competencia débil o nula, las empresas con poder de mercado tienen menos motivación para invertir en innovación y desarrollo, por lo que la eficiencia y calidad de los procesos son más lentas que la velocidad de desarrollo de las industrias competitivas, perdiendo así la eficiencia de la asignación de recursos (Mankiw 2014, 237).

Teóricamente se han descubierto dos tendencias que coinciden con el crecimiento del poder de mercado: Primero, debido a que las entidades económicas con poder de mercado han colocado mayores barreras, ha disminuido la entrada de nuevas empresas. El segundo es el aumento de la desigualdad salarial debido a la disminución de los salarios de los trabajadores no calificados. Las razones de este aumento en el poder de mercado incluyen: un aumento en el número de fusiones y adquisiciones, regulaciones que favorecen a las empresas establecidas, el crecimiento del mercado, un aumento en las transacciones mayoristas, una mejor diferenciación de productos y una mayor verticalidad (Mankiw 2014, 370).

1.3.1 La competencia internacional

Retomando a los clásicos, específicamente a Ricardo, él sostiene que el comercio internacional puede significar el crecimiento económico en un país, siempre y cuando los capitales de cada país se concentren en aquellas actividades que de acuerdo con sus condiciones y capacidades le sean más benéficos. Pero para que exista un verdadero crecimiento económico, las mercancías que cada país importa, deben ser en aquellos donde se gasta el ingreso de los trabajadores y necesariamente deben ser más baratos que los productos locales. Como se verá en el tercer capítulo, las películas mexicanas durante el periodo de estudio, cumplen con estas características mencionadas. *“Es tan importante para la felicidad de la humanidad entera aumentar nuestros disfrutes por medio de una mejor distribución del trabajo, produciendo cada país aquellos artículos que, debido a su clima, su situación y demás ventajas naturales y artificiales, le son propios, o intercambiándolos por los producidos en otros países, como aumentarlos mediante la tasa de utilidades”* (Ricardo 2014, 195). *“En un sistema de comercio absolutamente libre, cada país invertirá naturalmente su capital y su trabajo en empleos tales que sean lo más beneficioso para ambos”* (Ricardo 2014, 102)

1.3.2 Grado de competencia

Con el fin de determinar el grado de competencia en una industria en particular, se han formulado una serie de medidas para indicar el grado de control del mercado por parte de las empresas de la industria y el porcentaje de la empresa en cada industria. Con esta información es posible analizar la concentración del mercado, que es uno de los aspectos básicos de la estructura de evaluación.

El número de empresas en el mercado determina la interacción entre los consumidores y la posibilidad de que los consumidores elijan entre un proveedor u otro, es decir, el grado de concentración del mercado. Lo que nos brinda información de cómo la constituye la participación de mercado. Esto es muy importante para la distribución de información entre diferentes empresas. Factores importantes a considerar. Hay una serie de indicadores que se pueden utilizar para medir la concentración del mercado, pero ningún indicador es confiable porque todos tienen ciertas fallas. Entre las empresas más utilizadas, destacan el recíproco del número de empresas, el ratio de concentración y el índice Herfindhal-Hirschman; este último será explicado más adelante (Cabral 1997, 19).

a) Recíproco del número de empresas

Si “n” es el número de empresas, el indicador se calcula como $1/n$. Este índice puede ser útil cuando las empresas del mercado son muy similares en tamaño. No obstante, cuando las empresas son diferentes el indicador transmite muy poca información. Recíproco de empresas se define como:

$$RE=1/n$$

b) Coeficiente de concentración

El coeficiente de concentración C_k mide el producto acumulado de las mayores empresas de la industria en relación con el producto total. Esto es, para el caso de las ventas. Mide la suma acumulada de las mayores empresas en relación con el producto total dentro de un mismo periodo. El índice presenta la desventaja de que no representa la totalidad del mercado y no capta si existe cambios en las empresas incluidas en el índice. La fórmula de cálculo es la siguiente:

$$C_k = \sum Q_i / Q_n$$

- Q_i = ventas de la empresa i
- Q_n = ventas totales en el mercado

En la fórmula anterior, el numerador muestra las ventas acumuladas en un periodo por las empresas ($\sum Q_i$) con mayores ventas en la industria, mientras que el denominador muestra las ventas acumuladas, en ese mismo periodo, por todas las empresas de esa industria (Q_n). Con esta medida de concentración, un mayor C_k implica una mayor concentración del mercado

c) Índice Herfindahl-Hirschman

El índice de Herfindahl-Hirschman (HH) se define como la suma de los cuadrados de las participaciones representado en porcentaje. Por definición, el mayor valor que puede alcanzar el HHI es de 10.000 y se obtiene cuando una empresa tiene el monopolio de la industria, es decir, la empresa concentra el 100% del mercado. En mercados con más empresas, el HH disminuye, tendiendo a cero a medida que el número de ellas tiende a infinito y la participación de la mayor tiende a cero.

$$HH = \sum Si^2$$

Si = participación de mercado de la empresa i.,

donde Si indica la participación de mercado de la empresa i, para i 1,..., N.

1.4 Barreras a la entrada

Otro elemento básico que tiene gran influencia para entender la competencia de la industria son las barreras de entrada que enfrentan los potenciales competidores, estas barreras se dividen principalmente en tres categorías: legales, naturales y estratégicas. Esta distinción nos ayuda a comprender qué obstáculos influyen más en la estrategia adoptada por la empresa y qué obstáculos están determinados por condiciones externas. En vista de que algunos de estos obstáculos pueden ser resueltos con las acciones de la empresa, y estos factores determinan las acciones que la empresa debe tomar en aspectos importantes, determinando así el nivel de sus ganancias futuras.

1.4.1 Barreras legales

Las barreras legales tienen su origen y sustento en la normativa del país o zona económica correspondiente, corresponden a empresas que utilizan determinadas instituciones legales para impedir o al menos restringir el ingreso de nuevas empresas a la industria. Existen muchas barreras legales de entrada, incluidas ciertas licencias del gobierno municipal, estatal o federal, legislación de propiedad intelectual, marcas registradas, derechos de importación y privilegios para insumos de producción, canales de distribución y clientes.

Un ejemplo de los efectos de las barreras a la entrada legales en la organización y estructura de un mercado es el caso del mercado de la energía eléctrica, donde originalmente la generación y distribución de energía estaba en manos del Estado y no se permitía la participación de los privados en su suministro.

1.4.2. Barreras naturales

Cuando las empresas maduras pueden producir a un costo menor que los posibles participantes sin mediar en las regulaciones legales, se incorporarán barreras naturales de entrada. Estos menores costos pueden provenir de la existencia de sinergias operativas. Existen al menos cuatro tipos de sinergia operativa: economías de escala, alcance, densidad y orden.

Cuando el costo marginal promedio disminuye con el nivel de producción, es decir, cada unidad adicional producida por la empresa reduce su costo unitario, se producirá una serie de economías de escala en la producción. Por otro lado, si el costo total de producir dos o más bienes o servicios al mismo tiempo es menor que el costo de producir estos mismos bienes por separado, entonces existen economías de alcance. Por otro lado, la economía de densidad se refiere a la economía que se obtiene cuando el costo unitario de producción disminuye a medida que aumenta la densidad corporal del usuario en una determinada área geográfica. Finalmente, la economía secuencial se logra cuando el costo de producir bienes o servicios en la misma empresa integrada verticalmente es menor que el costo de producir los mismos bienes o servicios en una empresa no integrada (Cabral 1997, 26).

Cuando los entrantes necesitan ingresar al mercado con cierta escala, cierto número de productos, densidad o grado de integración vertical que les permita obtener una ventaja competitiva o ventaja competitiva equivalente, la existencia de cualquiera de estos tipos de economías creará barreras a la entrada. El costo es similar al de los productores existentes. Se ha explicado que la razón fundamental de la existencia de cualquier tipo de sinergia es la indivisibilidad de los factores de producción y la capacidad ociosa que puedan tener estos factores. La indivisibilidad

de los factores de producción tiene un efecto sinérgico porque su costo no tiene nada que ver con el nivel de uso, resultando en costos fijos, cuando se asignan más unidades proporcionalmente, los costos de producción disminuirán. Sin embargo, para generar factores inseparables que producen sinergia, se requiere tener capacidad ociosa en su nivel actual de uso, porque el uso de capacidad ociosa conducirá a una reducción en el costo unitario (Cabral 1997, 79).

1.4.3. Barreras estratégicas

Las barreras de entrada estratégicas son "barreras" establecidas por las propias empresas a través de acciones estratégicas. El establecimiento de estos obstáculos es una de las decisiones estratégicas más importantes que toma la empresa y puede enmarcarse en la lucha por mantener su posición en el mercado. La mayoría de las acciones que toman las empresas establecidas para evitar que entren competidores potenciales o al menos encarecerlas requieren inversión. Estas medidas afectarán las decisiones de otras empresas siempre que logren influir en las barreras de entrada y la competitividad de la industria, tales como decisiones sobre capacidad, ubicación geográfica y portafolio de productos ofrecidos por la empresa, control de recursos básicos, desarrollo e innovación de productos, integración vertical, reputación y el objetivo de aumentar los costos de cambio.

1.4.4. Precios como barrera

En términos muy simples, la barrera a la gestión del precio de entrada se produce cuando una empresa establecida fija el precio lo suficientemente bajo como para que los posibles participantes tengan pocos incentivos para entrar en la industria. En el caso de un monopolio, el precio se puede utilizar como una barrera a la entrada. Si el precio actual de los participantes potenciales es lo suficientemente alto como para cubrir su costo promedio, ingresarán. Sin embargo, el precio final dependerá de la producción total, es decir, la suma de la producción de las empresas establecidas y los participantes. Por lo tanto, para los participantes potenciales, la respuesta de otros productores o de múltiples productores a su decisión de ingreso es crucial.

Una suposición simplificada es que el participante potencial cree que si ingresa, el productor establecido mantendrá el nivel de producción antes de ingresar. En otras palabras, visualiza la demanda como la demanda total menos la diferencia entre la producción que se ha establecido antes de que ingrese el productor. Si el precio cobrado por la empresa donde se descubre al participante cae, puede ser suprimido.

Este es un aspecto importante de la prohibición de que el participante ingrese al mercado, por lo que esta disminución es lo suficientemente creíble, en cierto sentido, una vez que ingresó al mercado, permanecerá. Se cree que un aspecto de la estrategia de reducción de precio es que esta proviene del aumento activo en la capacidad de producción del operador establecido, porque en este caso, el participante esperará lo mejor para que el operador establecido ingrese al mercado para él en aras de bajar el precio (Cabral 1997, 71).

1.5 Competencia en Oligopolio

Una vez que hayamos determinado los extremos opuestos de la competencia económica, a saber, competencia perfecta y monopolio, definiremos el modelo de competencia que se utilizará en esta presente investigación, el llamado oligopolio.

En la definición más general, un oligopolio es una estructura de mercado en la que hay más de un proveedor, pero al mismo tiempo se reduce el número de productores, de modo que el comportamiento personal de todos es visible al mercado. Con el fin de simplificar la elaboración teórica de esta estructura de mercado, se suele estudiar la situación específica del duopolio, que ocurre cuando solo hay dos proveedores en un mismo mercado. Este es el caso más común de oligopolio. Dado que el problema general es el mismo, la conclusión es aplicable a ambos casos. La característica más importante del oligopolio es la existencia simultánea de barreras de entrada y obstáculos a la competencia minoritaria. Cuando se cumplen estas condiciones, existe una relación de interdependencia entre las decisiones de la empresa, por lo que esta relación debe ser considerada en el proceso de toma de decisiones (Labini 1966, 27).

En primer lugar, la principal diferencia en el modelo competitivo parece ser una cuestión de cantidad. Como se mencionó anteriormente, solo hay un proveedor en un monopolio, solo dos en un duopolio, y así sucesivamente. Sin embargo, las diferencias de calidad son aún más importantes al determinar el grado de competencia de la industria. Este tipo de estructura de mercado se caracteriza por la interdependencia entre los participantes, porque, naturalmente, cada entidad económica conoce las acciones de los competidores y responde directamente a los cambios en los competidores. Dado que los oferentes comparten el mercado, la mayoría de las acciones que benefician a una empresa perjudican a la otra, por lo tanto, por cada acción de uno de los competidores, la respuesta inmediata de la otra parte será la correspondiente (Ferguson 1974, 275).

En vista de estas características de la competencia oligárquica, han surgido varios planes de acción. Los competidores pueden pasar toda su vida adivinando el comportamiento de los demás; pueden aceptar implícitamente competir sin cambiar los precios; o pueden formar alianzas y cooperar entre sí en lugar de competir.

1.5.1 Modelos de oligopolio en conducta cooperadora o colusión.

Existen dos principales formas de colusión que son el cartel y el liderazgo de precios, cada una con sus propias características.

i) Cartel o colusión explícita.

Definido como una combinación de empresas cuyo objetivo es limitar el papel de la competitividad del mercado. La característica principal de los cárteles es que todos los participantes determinan conjuntamente los precios y asignan los mercados (Tirole 1990, 253).

ii) Liderazgo de precios o colusión implícita.

Este modelo no requiere un acuerdo explícito de los competidores, pero deben aceptar la asignación de mercado por defecto. En este caso, la característica principal es que el costo marginal de cada productor es diferente y un costo marginal es mayor. De esta forma, ambos productores deciden vender al precio que cada uno maximiza sus ganancias. Por lo tanto, los productores con costos

marginales más bajos podrán vender a precios más bajos que los competidores (Tirole 1990, 256).

1.5.2 Modelos de oligopolio en conducta no cooperadora o sin colusión

La organización monopólica de los mercados, quizá es la forma más común en la realidad histórica. Cuando el número de participantes en el mercado es pequeño, ese mismo número de participantes afectará variables clave como el precio, la calidad del producto, las estrategias de la competencia e incluso la estructura del mercado. A diferencia del estudio de la competencia perfecta, el monopolio y la competencia monopolística, el análisis del oligopolio se basa en la interacción entre competidores, por lo que buscar herramientas de teoría de juegos permite encontrar el equilibrio (Ferguson 1974, 283).

Los modelos de oligopolio más famosos y estudiados son: Cournot, Stackelberg y Bertrand. Como se describe a continuación, en un oligopolio, las empresas pueden o no vender productos diferenciados. De manera similar, veremos que bajo ciertos supuestos competitivos, las barreras de entrada ayudan a las empresas participantes a obtener beneficios económicos (Labini 1966, 33).

1.5.2.1 El caso de Cournot

El modelo de Antoine A. Cournot parte de las siguientes hipótesis (Cabral 1997, 30):

- i. La variable de decisión de cada empresa, es decir, lo que cada una decide, es la cantidad de producto que hay que ofrecer. Al determinar su nivel de producción, se considera fijo el nivel de producción de su competidora. Así, el nivel de producción elegido por cada empresa, es su "mejor respuesta" a lo que crea producirá la competidora.
- ii. El precio de mercado es el resultado de la interacción de la suma de las ofertas individuales de cada empresa y de la demanda de mercado por el producto. Por lo tanto, el precio es aquel en que se elimina cualquier exceso de demanda o de oferta.
- iii. Cada empresa decide la cantidad que ha de producir simultáneamente.

IV. Existen algunas barreras a la entrada al mercado.

1.5.2.2 El caso de Stackelberg

El elemento central del modelo clásico de líder-seguidor de Stackelberg es la información. El líder sabe cómo responderá el seguidor a sus cambios de producción. Para que las empresas posteriores tomen decisiones basadas en la producción de la empresa líder, la empresa que requiere la primera acción no puede utilizar su producción para otros fines una vez tomada la decisión. Se toman muchas decisiones una tras otra, es decir, uno de los competidores decide qué hacer después de observar la decisión del otro. Por ejemplo, si una empresa es líder del mercado o se ha asentado antes que otra empresa, las decisiones se pueden tomar por adelantado. Aunque ambas empresas ganan, en este caso gana más el líder que el seguidor y la sociedad en su conjunto gana porque con esta forma de reacción el resultado se acerca más a la competencia (Cabral 1997, 40).

En el modelo de Cournot y el modelo de Stackelberg, ambos tienen beneficios positivos, por lo que se puede suponer que estos beneficios provienen de algún tipo de barrera de entrada al mercado. La mayor diferencia entre los dos modelos es que en el modelo de Cournot, la empresa se mueve al mismo tiempo, mientras que en el modelo de Stackelberg, la empresa se mueve secuencialmente y el líder se mueve primero y lo usa. De lo anterior se puede inferir que el modelo de Cournot puede ser más adecuado para industrias donde cada empresa no tiene ventajas, y cuando existe una asimetría obvia entre empresas, el modelo de Stackelberg es más adecuado para esta industria. Esto hace que uno de ellos domine al resto (Cabral 1997, 45).

1.5.2.3 El caso de Bertrand

La crítica común al modelo de competencia cuantitativa de Cournot es que, de hecho, la variable estratégica que eligen las empresas suele ser el precio. El modelo de Bertrand es muy similar al modelo de Cournot, pero asume que la empresa elige el precio de su producto como variable a determinar. Cuando las empresas

producen bienes diferenciados, normalmente compiten eligiendo los precios que quieren cobrar.

Esta última solución para el caso de productos homogéneos representa un equilibrio de Nash debido a:

- i. que a cada empresa no le convendrá cobrar un precio menor porque obtendrá pérdidas, y
- ii. si una empresa cobra un precio mayor a su costo marginal, no venderá nada debido a que la otra empresa tendrá incentivos para bajar su precio en una pequeña cantidad y así, quedarse con todo el mercado.

A lo largo de este capítulo se han expuesto los principios teóricos y metodológicos referentes a la teoría clásica del valor, la teoría de la firma, y los modelos de comercio internacional con ventajas comparativas y modelos de competencia económica. Sin embargo, como se ha mencionado en algunas ocasiones, las características propias de la industria en cuestión, muestra algunas discrepancias con las teorías y modelos expuestos a lo largo del capítulo.

La primera gran discrepancia surge con el precio de mercado, ya que como se verá en los capítulos siguientes, las películas no se comercializan a un precio de mercado determinado por su precio natural, sino que estas se proyectan en salas de exhibición y los consumidores pagan por un boleto que les permita entrar a la sala. En el precio de dicho boleto se encuentra contenido la parte proporcional que se destina al ingreso de quien produjo la película. Lo que nos lleva a la conclusión de que la industria que produce películas como mercancías, no es generadora de precios. Con base en esta breve conclusión, automáticamente quedan descartados los modelos de Stackelberg y Bertrand, debido a su naturaleza de tomar los precios como la variable relevante. Por tanto, el modelo más referenciado a lo largo del resto de la investigación, será el modelo de Cournot.

Capítulo 2. De la industria cinematográfica

2.1 El cine

“Ningún otro invento como el cine ha incidido tanto en la vida de los hombres del siglo XX, al menos en lo que se refiere al ejercicio de imaginar, de provocar sueños y deseos colectivos, o acceder a los pensamientos e ideas de otros, a las fantasías y reflexiones propias y ajenas. La luz del cine alumbró el paso a la creatividad y a la sensibilidad hacia un caudal generoso: el poder de perpetuar en el tiempo.” (Lara, 1999: 32)

Desde su creación, el cine ha sido un medio de entretenimiento maravilloso y popular, tanto que aunque tiene una historia de más de cien años, continúa vigente y presente en la vida de millones de personas en todo el mundo. En la actualidad, iniciando la tercera década del siglo XXI, con la propagación del internet y los medios digitales, el cine y los medios audiovisuales en la mayoría de sus formatos, gozan de una gran aceptación en todo el mundo, tanto para fines de mero entretenimiento, político, académico, etc. El cine puede entenderse desde varios ángulos: como medio de expresión artística, como medio de comunicación, como medio de difusión de ideas a las masas y como es el objetivo de la presente investigación, el cine es una industria.

En el presente capítulo se abordarán cada uno de los diferentes ángulos previamente mencionados, desde los que se puede entender el cine, con el objetivo de presentar al lector una imagen detallada de lo que es el cine y por supuesto, los elementos que hacen de esta actividad, una industria en toda la extensión de la palabra. Es importante advertir que este capítulo en específico, posee un carácter interdisciplinario, debido a la propia naturaleza de la industria a estudiar. Es por ello que en algunos apartados parecerá alejarse de la disciplina económica, con el único fin de exponer sus generalidades, y así delimitar su aspecto industrial, posteriormente desde la perspectiva de la competencia económica se analizará al cine realizado en México durante el periodo delimitado.

2.2. Nacimiento de un nuevo arte

Para explorar el proceso de desarrollo artístico a lo largo de la historia, desde su origen hasta la aparición del cine, se tomará como punto de partida el texto “¿Qué es el cine?”, del crítico francés André Bazin, que toma como ejemplo la ontología de la imagen. Se trata de una obra que ha permanecido en la memoria de los teóricos y críticos cinematográficos durante décadas, proyectando su validez universal en cuestiones relacionadas con la definición del cine como fenómeno artístico, cultural e industrial (Bazin 1990, 197).

El origen del cine se remonta a dos planos de observación, uno próximo y el otro remoto. El primero se refiere a un significado literal, que está relacionado con el hecho de que el cine es el resultado del desarrollo tecnológico y el desarrollo científico de finales del siglo XIX, este resultado es consecuencia de nuevos avances en el campo de la tecnología, no la continuación de la tecnología existente, es decir, el aparato tecnológico que reproduce imágenes en movimiento es un invento diferente al que capta imágenes fijas, como muchas veces se mal entiende. El segundo origen que menciona Bazin, el remoto, es primero metafórico y luego estético. Para analizar estos dos puntos de partida que son necesarios y complementarios procederemos en orden cronológico (Bazin 1990, 30).

2.2.1 El origen remoto metafórico del cine

El antecedente más antiguo del cine suele situarse en el mito de la caverna de Platón, descrito en *La República*. El mito habla de cómo un grupo de hombres vive encadenado en una caverna muy profunda. Sobre las paredes se proyectan las sombras de quienes se mueven alrededor del fuego encendido. Arriba una pequeña claraboya deja pasar la luz del día. De esta manera, los hombres encadenados perciben lo que ocurre fuera de la cueva, por medio de las imágenes proyectadas de afuera hacia adentro de la caverna, ellos no perciben las cosas por sí mismas, sino un reflejo de ellas, una realidad falsa con respecto a la realidad fuera de la cueva (D'Yvvoire 1960, 33).

El cine de manera metafórica es una manifestación llevada a la práctica de este mito, lo son las imágenes en movimiento proyectadas que fluyen sobre la pantalla cinematográfica. El cine, entonces, nos daría una aproximación de la caverna, de la

condición del hombre, puesto que solo proyecta imágenes de una realidad existente fuera del proyector de cine (Bazin 1990, 35).

2.2.2 El origen remoto estético del cine

Según Bazin (1990) , la historia del arte examina el largo período durante el cual la conexión entre religión, magia y arte parece indestructible, cómo la civilización, en su proceso evolutivo, encontró una manifestación plena de su ser en el arte, desde el arte rupestre, pasando por todas las civilizaciones de la antigüedad, hasta el siglo XVI; pero incluso aparte de sus funciones mágicas y primitivas, el arte conserva restos de su estado original. De esta manera, ya en el siglo XVII, el arte avanzado respondía no solo a una necesidad estética de retratar lo bello que debe perdurar en la mente humana, sino también a resolver una necesidad psicológica arraigada desde la lejana época del hombre primitivo. Esta cuestión es la representación de las cosas en el mundo externo, es decir, la relación de las cosas con su semejanza (Bazin 1990, 38).

Pero es con el desarrollo de la perspectiva, el acontecimiento que se marca como el evento definitorio en la búsqueda de aquella fidelidad. A partir de este descubrimiento o invención, se incorporaron las tres dimensiones espaciales al arte pictórico. Una vez que se logra satisfacer la necesidad de imitar la realidad, surgió una nueva inquietud que pone en duda si realmente se está imitando la realidad; las artes visuales, a diferencia del mundo real, carecen totalmente de movimiento (Feldman 2001, 52).

Dando un salto en el tiempo, hasta llegar a mediados del siglo XIX, unas décadas antes de la invención del cine, nos encontraremos con el surgimiento del impresionismo y la llamada crisis del arte pictórico. Durante este periodo, al generarse un nuevo movimiento artístico, surge, como es costumbre, un nuevo paradigma. El movimiento impresionista, que no es exclusivo de las artes visuales, surge con la revolución industrial y el súbito cambio que la civilización experimenta gracias a la invención de la máquina a vapor. En este período se transforman vertiginosamente los estilos de vida; la población del campo es atraída hacia las grandes ciudades; los medios de transporte acortan las distancias y los tiempos de traslado. Los grandes centros de comercio adquirieron un auge nunca antes visto;

como es el caso de París, ciudad que marcó la pauta en el desarrollo de arte, y posteriormente del cine; atrayendo como imán a los jóvenes artistas, mostrándoles nuevos motivos para sus pinturas, es así que la noción de representación da un giro significativo pues ahora el artista no retratará lo que tiene ante sus ojos, sino la manera en cómo lo percibe, lo que nos remite de cierta forma, de nuevo, al mito de la caverna de Platón (Bazin 1990, 61).

Continuando con Bazin, si el pecado original de la pintura occidental surge con la invención de la perspectiva, puesto que afirma su carácter realista; con la invención de la fotografía y el cine llega su liberación. Joseph Niepce, inventor de la fotografía y los hermanos Lumière, inventores del cine, son en realidad sus redentores, quienes con sus inventos, han liberado al arte de su obsesión por retratar la realidad. Tanto la fotografía como el cine, en adelante, son los medios artísticos a través de los cuales van a satisfacer esa necesidad de reproducir mediante la obra de arte, las realidades propias del mundo exterior (Feldman 2001, 72).

2.2.3 El origen próximo del cine

Este es el que está relacionado con el contexto histórico, artístico, social, económico y político, bajo el cual el cine aparece relacionado con la cultura de su tiempo. El 27 de diciembre de 1895 los hermanos Louis y Auguste Lumière ofrecen una velada cinematográfica en un pequeño café de París, ese día señalado como la fecha de nacimiento del cine (Parkinson 1995, 12). Es importante mencionar que mientras Francia se establece como la nación de origen del cine, con el invento de los hermanos Lumière; en Alemania, y Estados Unidos, inventos similares y paralelos iban a disputarse aquel honor pues para esa fecha Thomas Alba Edison, en los Estados Unidos, ya hacía experimentos con imágenes en movimiento proyectadas a partir de un aparato semejante (Feldman 2001, 48). Lo relevante y que marca la diferencia, es la primera presentación pública de una proyección de cine, más que el invento en sí mismo, el hecho de realizar una exhibición pública de un invento que se suponía únicamente de carácter tecnológico, pero presentado en el ámbito de la sociedad artística de París. Los hermanos Lumière no eran ni pretendían ser artistas, eran inventores científicos, sin embargo este hecho dotó inmediatamente al cine de la naturaleza polifacética que ha gozado a lo largo de toda su historia (Parkinson 1995, 18).

La historia del cine inicia con dos breves películas que como muestras de imágenes en movimiento corresponden a hechos cotidianos absolutamente ordinarios. Ambas fueron registradas por la cámara de los hermanos Lumière, ninguna de las dos sobrepasa los veinte segundos de duración. Sus títulos eran: *La salida de los obreros de la fábrica* y *Llegada del tren a la estación de la Citat*. Eran las imágenes mismas de la realidad, pero convertidas en un extraño mundo gris, proyectado sobre una tela blanca (Feldman 2001, 21).

En el origen del cine aparece velado un segundo aspecto no menos significativo pero pocas veces mencionado. Se trata de la presencia del artista Georges Méliès, durante aquella sesión inaugural de los hermanos Lumière, pues es Méliès quien introduce la cámara en un espacio interior, el teatro, sustituyendo con ella la mirada del espectador y organiza la representación escénica, para la cámara. Sus primeras puestas en escena están trabajadas con principios básicos y elementales, pero luego introduce en el cine una suma de procedimientos, técnicos y artísticos, por medio de los cuales las películas, en un futuro, se van a articular en función de una narración, que estará dotada de significados (Parkinson 1995, 15).

Durante los primeros años del cine, últimos del siglo XIX, se ha pasado del realismo de la calle, por así decirlo, a la fantasía; del cine puramente testimonial al cine como arte. Sin embargo, el cine aún no es un arte narrativo, no cuenta historias; al menos no con el lenguaje actual. Las leyes de la composición escénica de una película pertenecen a la vieja tradición teatral, es en los Estados Unidos en donde se dará de una manera inapelable, este giro hacia el cine narrativo. Edwin S. Porter y David W. Griffith, son quienes dieron los primeros indicios para crear el relato cinematográfico.

Pero estos dos están tan próximos como lejanos el uno del otro: Si bien es cierto que al desarrollar Méliès sus breves anécdotas convertidas en pequeños argumentos, tomó el atajo que condujo al cine al teatro, incluso a la literatura, este desvío fue necesario para dar desde allí el gran salto que iría a darle al cine su condición narrativa. En adelante vendrá el desarrollo acelerado de los diversos elementos de la construcción fílmica (Ramírez 1972, 24).

2.2.4 El origen literario del cine narrativo

Un aspecto poco mencionado por Bazin, pero sí mencionado por otros autores es la estrecha relación que existe entre el arte literario y el cine. Bazin pone casi toda su atención en las artes visuales y arte pictórico principalmente, si bien el cine se puede clasificar como un arte visual, no es una clasificación completa, pues como se ha mencionado previamente, gracias a personajes como Méliès, Porter y Griffith, el cine adquiere una naturaleza narrativa, que se ha ido desarrollando y perfeccionando a lo largo de su historia (Sánchez 2002, 84).

Como se mencionó previamente, las primeras películas que se produjeron se limitaban a reproducir acontecimientos de la vida diaria como testimonios, y de ahí se empezaron a reproducir actos teatrales gracias a personajes como Méliès. Esto diversificó poco a poco el contenido de las cintas, al mismo tiempo que mostraba la aceptación o rechazo del público, por lo que se comenzaron a utilizar las fórmulas para asegurar tanto la estandarización como la economía de las cintas, comenzando así la clasificación y el género (Sánchez 2002, 185).

Para poder llegar a la clasificación de los géneros literarios y su subsecuente paso hacia su herencia narrativa en el cine, debemos partir del relato, que es el núcleo y origen de la narrativa. De acuerdo con Claude Bremond. El relato ha ido de la mano con el desarrollo del lenguaje, los mitos, leyendas, saberes, inquietudes, etc., de nuestros ancestros se habrían perdido en el tiempo de no ser por el relato. Los primeros textos creados por la humanidad son relatos de un intento por entender y explicar la realidad. Adentrándonos en el siglo XIX, el relato se ha tornado en diversas formas, y para entonces ya existe una diferenciación y categorización de los géneros literarios (Guinferrer 2000, 74).

La mayoría de estudios parten de la poética de Aristóteles, que dividía en dramas y comedias, otros textos emplean clasificaciones más amplias heredadas del teatro, destacando la farsa y la tragicomedia. Otros autores hablan de la pieza y la didáctica, lo cual establece un punto de partida para el género, en la literatura y el teatro (Sánchez 2000, 229). De manera general actualmente, la mayoría de autores concuerdan con la idea de que indiscutiblemente los géneros literarios principales son: épico, lírico, dramático, tragedia, comedia, drama.

Lo anterior representa los grandes géneros literarios donde lo importante es considerar su influencia en el cine. En este momento cabe señalar que no es lo mismo la división de géneros literarios a la de corrientes o movimientos literarios. Los grandes géneros literarios se distribuyen de manera armoniosa a través de estas corrientes (Sánchez 2000, 208). En estas últimas encontramos la literatura: del clasicismo, de la Edad Media, renacentista y barroca, neoclásica, del romanticismo, la moderna, la contemporánea.

Es muy importante enfatizar que únicamente se mencionan como punto de referencia para entender el origen narrativo del cine, así como entender los géneros cinematográficos, que serán relevantes para posteriormente analizar la industria filmica mexicana. Como se mencionó previamente, fue en Estados Unidos con artistas como Griffith, donde se le añade y desarrolla la función narrativa del cine, existen autores como Parkinson, Sanchez y Gimferrer que aseguran que el cine como lo conocemos hoy en día, es hijo de la literatura, ya que toma su estructura narrativa directamente de esta; mientras que otros aseguran que es hijo específicamente del teatro, ya que ambos pueden y están divididos por actos. Cada una de las historias que encontramos en el cine, al igual que ya sea en una novela literaria o en una obra de teatro, posee una serie de características que permiten clasificarla y diferenciarla de otras y con ello nacen los géneros cinematográficos (García 1993, 233).

2.3 Géneros cinematográficos

La palabra género, hace referencia a la noción de categorías o clases, en las cuales, un conjunto de objetos pueden agruparse por sus similitudes, características comunes, etc. Tanto en el arte como en las ciencias del conocimiento y en la mayoría de las actividades humanas, a través de los siglos, ha estado presente la necesidad de diferenciar y clasificar. Establecer y definir propiedades comunes en un principio de clasificación es ya empezar a definir los géneros a los cuales pertenece una clase dada. En este sentido, a lo largo de la historia, se han realizado esfuerzos para establecer diferencias y similitudes entre las obras de arte. En el caso específico de la literatura, hablar de tragedia y comedia, por ejemplo, es definir estos géneros por sus peculiaridades y diferencias, pero también por sus fines, puesto que éstos varían de un género al otro (Altman 2000, 34).

Cuando el cine comenzó a diversificar sus temas, en las primeras décadas del siglo XX, productores y directores notaron que el conjunto de películas iba adquiriendo rasgos y características muy específicas al diferenciarse en sus estructuras e incluso en las preferencias de los distintos consumidores. Las temáticas se fueron consolidando de tal manera que se hizo evidente la necesidad del cine de ser clasificado según su género. Esto ayudó tanto a la creación de argumentos, como a la promoción de las películas, según el público al cual iban dirigidos. Altman (2000) hace un balance general entre los autores, considerando los siguientes géneros cinematográficos como *géneros madres* (Altman 2000, 28): comedia, western (cine del Oeste en EE.UU.), negro, musical, terror, ciencia ficción, melodrama, histórico, aventuras, bélico, biopic (Biografías).

2.4 El cine como industria

Como se definió en el capítulo anterior, una industria se refiere a un conjunto de empresas que producen bienes o productos básicos similares. Estos productos básicos se ofrecen en mercados específicos y compiten entre sí. Dicho esto, cabe recalcar que el objetivo de la presente investigación es analizar las características y actividades de mercado que posicionan al cine como industria, su relación con el Estado y sus repercusiones en la sociedad mexicana.

Hasta ahora, se ha explicado de forma general el aspecto tecnológico y estético del cine, pero resta el aspecto que resulta más importante para la presente investigación, que es el aspecto industrial. Para ello se hará una explicación general del cine como actividad económica, de adelante hacia atrás, es decir, partiendo del consumidor final y yendo en reversa hasta la idea inicial, para posteriormente entrar en detalle sobre el proceso productivo específicamente.

Un día cualquiera un individuo o consumidor final, llega a la sala de cine, entendido como el edificio donde se exhiben y proyectan películas; compra su boleto, posiblemente adquiera algún aperitivo con bebidas, entra a la sala, y después de unas horas sale reflexionando sobre lo que acaba de ver, se ha formado un juicio, y sabe si le ha gustado o no. Posiblemente compre la banda sonora, el libro o algo que se encuentre en el mercado sobre el filme, tiempo después quizá la adquiera

de forma física o digital para volver a ver la película, si es que le ha gustado. Todo esto es parte de un proceso comercial que envuelve paradójicamente al “séptimo arte” y que lo define como una industria, al ofrecer productos y existir consumidores (Barbachano 1973, 44).

Antes de que ese individuo comprara ese boleto de cine, se realizó una campaña publicitaria para promover la película y atraer consumidores, antes de eso una empresa intermediaria, se encargó de distribuir el producto a los exhibidores, previo a eso, un productor y un estudio de cine, realizaron todo un proceso productivo en el amplio sentido, para ello se contrataron diversos servicios, y se adquirieron materias primas. Esto es, a grandes rasgos, lo que hace al cine una industria, lo que hace al cine una actividad económica y comercial en todo sentido, pues en el cine se comercializa el trabajo de creación, desde que se vende una idea y un guión, hasta que se entrega el producto terminado al distribuidor y a los exhibidores (Barbachano 1973, 51).

En una de las definiciones más simples de la economía, como la actividad humana que produce, distribuye y consume bienes y servicios; el cine, como actividad humana, cumple con todas las características, y dentro de su proceso productivo, hace uso de otros bienes y servicios. La industria cinematográfica produce bienes, llamadas películas filmes y en algunos casos, también llamadas cintas; como industria, ha pasado de ser una pequeña empresa que exhibía eventos cotidianos a pequeña escala, a convertirse en una gran empresa con capital financiero, miles de personas involucradas e instalaciones, o dicho en dicho en los conceptos definidos en la capítulo anterior, requiere de capital fijo, capital circulante y fuerza de trabajo, como cualquier otra industria.

Por otra parte, como se mencionó previamente, el aparato que capta y reproduce imágenes en movimiento es un invento tecnológico, y como en muchas otras industrias, dicha tecnología está en constante desarrollo y perfeccionamiento, por lo que se requiere de inversiones constantes para llevarlo a cabo. El cine bajo este punto de vista produce productos con un valor específico y aleatorio. Específico, porque cada película pretende ser única; aleatoria, porque este valor depende en

gran medida del prestigio de las personas involucradas en su elaboración (Guback 1980, 73).

Una película, es un bien por cuyo uso y posesión se debe pagar, e incluso para el país productor, es generador de divisas al exportarla, como se verá para el caso de México más adelante; la coloca en estatus de mercancía indiscutiblemente al tener un valor de uso y un valor de cambio y al cine lo reafirma como industria global, lo que conlleva a la estandarización de las técnicas, procesos, formatos, etc. (Guback 1980, 58). El público consumidor pide algo, los productores y estudios lo ofrecerán por un tiempo hasta que el público se canse de eso, dichas mercancías dejarán de tener éxito, su demanda bajará y dejarán de hacerse por un tiempo. Al mismo tiempo, la oferta de películas se limita tanto por lo que haya en cartelera, y en otro nivel también se limita a los lugares disponibles en una sala. Incluso profundizando más en la cadena comercial, se debe tomar en cuenta los intereses de los exhibidores, ya que ellos preferirán proyectar las películas más anunciadas o esperadas con el fin de recibir una mayor remuneración en la dulcería, que aporta más ganancias a los exhibidores, que las entradas mismas. Sobre esto cabe señalar que igualmente como mercancía, la industria del cine se determina por las leyes de la oferta y la demanda (Barbachano 1973, 97).

El reconocido realizador estadounidense Alfred Hitchcock, alguna vez afirmó que el cine dejaría de ser comercial en el momento en que un bolígrafo y un pedazo de papel sean más caros que una película (Truffaut 1984, 24). Esto se refiere directamente a la idea de que a menos que un productor o estudio decidan filmar sin fines de lucro o sin esperar ningún tipo de retorno de su inversión, el cine es y será una actividad comercial, pero al mismo tiempo, es un arte. Fue durante los años 20 del siglo XX, se consolidaron estudios como Paramount, MGM o Fox, y con ellos se marca el nacimiento de Hollywood y el llamado star system que se ha intentado replicar en otros países, a veces con éxito y otra veces no y que se explicará a detalle más adelante (Parkinson 1995, 44).

Pasemos ahora a considerar a todos aquellos que viven del cine. Aquellas personas, hombres y mujeres que conforman la fuerza laboral, lo ven y lo consideran una industria, una fuente de trabajo y de ingresos constante y en

consecuencia, algo comercial que debe ser rentable. El productor quien es el dueño del capital, como es natural, busca recuperar la inversión realizada e incrementarla, para reiniciar un nuevo proceso de producción. El estudio de filmación, que se encarga de proveer gran parte del capital fijo y circulante, en términos del lugar físico donde se produce una película, así como del equipo de video, audio, iluminación, etcetera, y de igual manera de la contratación del grueso de la fuerza de trabajo como diseñadores, vestuaristas, técnicos, maquillistas etc. El director, en ocasiones es solo un empleado más, pero de forma general, es la persona sobre la que cae la responsabilidad de llevar a buen puerto todo el proyecto, teniendo todo el control creativo y técnico de la película durante las fases de rodaje y post producción principalmente, y será la persona premiada o condenada, de acuerdo a los resultados que la mercancía tenga, una vez que llega al consumidor final.

Los actores y actrices que dicho de forma muy general, se podrían considerar dentro de la fuerza de trabajo, y en parte lo son, pero de manera muy sui generis, ya que son al mismo tiempo diferenciadores de producto, gracias al llamado "*star system*"; pero para ello se dedicará un apartado completo. Finalmente los distribuidores y exhibidores, que ya no forman parte del proceso productivo, pero sí de la cadena comercial indispensable para que las mercancías terminadas puedan ser consumidas. Todos esperan que sea rentable y obtener un ingreso a cambio. Al mencionar a grandes rasgos estos ejemplos de puestos o trabajos surgen dos ideas, la primera es que existe una especialización del trabajo, aspecto característico de la era capitalista y por consecuencia algo comercial; en segundo, que hay un funcionamiento ligado, como un sistema en que sus partes interactúan unas con otras para un fin común, interdependientes, que forman un proceso propio de una industria (Cabezón 1999, 83).

La producción de películas como cualquier otra actividad productiva, inicia por la existencia de un capital que aparece en el mercado de trabajo, de mercancías y de servicios. Con el objetivo de lograr la existencia de valores de uso que por medio de su ubicación en el mercado, adquieran un valor superior al que poseen los factores de la producción en que han invertido durante las distintas fases del proceso. Una vez convertidas sus mercancías en dinero, el productor vuelve de nuevo al mercado

de la oferta y la demanda para comprar y contratar insumos, bienes y servicios, e intentará repetir el proceso para las nuevas inversiones.

Recordemos también dentro del marco capitalista en el que el cine se desenvuelve, que el objetivo específico se concreta a realizar productos cuyo fin es el consumo para el mejoramiento y crecimiento del capital de quien lo produce, sea estudio, persona o Estado. Cabe mencionar que como toda industria, la presencia del Estado se hace indispensable para manejar el conjunto de las actividades cinematográficas o para fomentar la producción, otorgar créditos o subsidios, regular las cuotas de de proyección en pantalla, etcetera; como se verá a detalle más adelante para el caso de México (Barbachano 1973, 52).

En una primera etapa de la inversión de capital nos encontramos con las siguientes actividades: procesamiento de materias propias de la industria, la implantación de laboratorios de imagen y sonido, y estudios para filmación. La segunda etapa en la inversión cinematográfica es la referente a la actividad directa de ejecución en sus fases de producción ya sea financiamiento por el Estado o productores privados: elección y tratamiento del tema y elaboración del guión literario y técnico, contratación de estudios, laboratorios, almacenes, etcétera, selección de los intérpretes, construcción de sets, scouting y búsqueda de exteriores, montaje, filmación del material, edición y elaboración de copias partiendo del original, distribución y exhibición.

Esto es, muy a grandes rasgos, los pasos a seguir para la elaboración de cualquier producto filmico, ya sea con fines de entretenimiento, académico, de medio de comunicación, etcétera. Como lo describe Casetti:

“... en la economía capitalista, un filme, en cuanto a producción intelectual goza de todos los requisitos para ser una obra de arte, pero necesariamente es también una mercancía a causa de las diversas operaciones industriales y comerciales que exige su producción y su consumo” (Casetti 1994,130).

En esta cita encontramos dos elementos fundamentales, para entender una de las principales caras de una actividad humana que es polifacética y sobre la que se ha venido haciendo énfasis a lo largo de este apartado. La primera se refiere al modo de producción capitalista y a la mercancía, dado que hay un sector poblacional que ha creado la necesidad de consumirlo. La segunda se refiere a los riesgos que corre el cine, como los riesgos de producción y riesgos de consumo, de ese modo pone a los riesgos como enemigos del arte. Lo masivo del producto es consecuencia directa de la organización industrial del cine por la relación entre producción-distribución-consumo a gran escala (Barbachano 1973, 57).

Lo que nació como un invento tecnológico y una curiosidad en el París de finales del siglo XIX, se fue haciendo necesidad en las grandes urbes del mundo, pues al menos para la clase obrera, resultaba una forma cómoda y barata de entretenimiento. Poco a poco a lo largo de más de dos décadas, tanto por el concepto de novedad como por los seriales, en donde el espectador esperaba ansioso el siguiente episodio de su historia favorita, protagonizadas por personajes que le eran muy familiares y a la estructuración de los géneros cinematográficos para asegurar la asistencia, se fue reforzando la idea de ser una necesidad recreativa. Esto representa el primer lazo entre el aspecto comercial y el género en cuanto a diferenciación de productos y la capacidad de elección del público, (Gomezjara 1973, 36).

Ya creada una necesidad, aumentan las tentativas de satisfacer las preferencias del público para conservarlo y para obligarlo a regresar, de este modo se tiende a elaborar películas de acuerdo a los mismos géneros, temas, tratamientos y actores que indica el comportamiento colectivo de consumo, generado por incentivos de mercado y expresados sociológicamente en el consumo de masas. A veces se llegan a incluir algunos contenidos críticos siempre y cuando sean congruentes con la demanda y el productor y estudio lo permitan. Al cine plenamente enfocado al consumo de masas, principalmente le importan los beneficios, cualesquiera que sean los métodos empleados, por ello los excesos en la publicidad, que en algunos casos su presupuesto es mayor el presupuesto total de la película, por ello la libertad de atraer a la gente valiéndose de sus emociones, o la temática y todo esto dada la relación costo beneficio de cualquier industria (Gomezjara 1973, 61).

El volumen necesario para recuperar la inversión es un factor importante, pues mucho depende del volumen de espectadores contra el costo de la película y los porcentajes de recuperación. Esto supone una primera diferencia entre los volúmenes de dinero invertidos en Estados Unidos y otros países como los de América Latina. Dicha situación tiene indudables repercusiones en el tipo de productos que la industria realiza. La búsqueda de éxito seguro o de darle a la gente lo que quiere, obliga algunas veces a omitir temas riesgosos o lleva a la continua repetición de fórmulas, lo que ha desembocado en las llamadas películas de receta; lo que nos lleva al concepto de calidad (Aumont 1990, 29).

La calidad es un concepto subjetivo. La mayoría de las veces, en la cultura popular se entiende como “hacer bien las cosas a la primera”, sin embargo es una definición que cambia mucho y su enfoque depende del área en que se aplique. Para el cine, una película de calidad no es siempre una película de gran presupuesto, sino una película que cumple su cometido y le funciona a un público determinado. Es decir, lo entretiene, le cuenta una historia que para relacionable y entendible y sobre todo lo satisface. La calidad abarca todas las cualidades con las que cuenta un producto o servicio para ser de utilidad a quien se sirve de él, es decir que existe calidad cuando sus características tangibles o intangibles satisfacen las necesidades de sus consumidores. Así pues, un producto o servicio será apreciado por dicho valor de uso, es decir, el cliente final, en la medida en que esta mercancía satisfaga, a un precio razonable, las necesidades reales o potenciales del cliente.

2.5 El papel del público en el aspecto comercial del cine

El público espectador que acude a las salas de proyección por diversos motivos, es el consumidor final de la industria fílmica. En términos sociológicos, el público es un conjunto de personas sin organización social, sin liderazgo establecido, conformado por personas de diversos oficios y profesiones y por tanto de diversas clases sociales, desde obreros hasta políticos y empresarios. La diversidad es tan compleja que lo único que permite agruparlos en un mismo conjunto, es que todos ellos han decidido consumir la misma película. El público es un colectivo tan heterogéneo formado por individuos con diversas razones personales, que se reúnen en un mismo lugar físico, a pesar de no haber ido todos juntos, cuya finalidad es la de ver

una película. Incluso si una persona va sola, al entrar a la sala se vuelve parte del colectivo una vez que empieza la película (Gomezjara 1973, 74).

Retomando un poco la cuestión de los géneros cinematográficos como factor industrial, recordemos que el cine comercial en general, prefiere apostar a la rutina o receta, sin recordar que muchas veces, los grandes éxitos de taquilla son obras que jugaban la carta de la originalidad y no la de la imitación, sin embargo, el cine comercial ha sido un promotor de cambios tecnológicos relevantes, como: el color, el sonido amplificado, las imágenes tecnológicamente desarrolladas, los efectos prácticos y digitales, el maquillaje, etc. Los productores, temerosos de no recuperar su capital, muchas veces prefieren optar por lo seguro, sin tener en cuenta que, a la larga el público se puede cansar de la falta de imaginación y del poco o nulo interés en explorar nuevas posibilidades (Guback 1980, 152).

Es importante mencionar que aun con fórmulas, recetas y contar con un departamento dedicado específicamente a estudiar y analizar los hábitos de consumo, es complicado para los realizadores saber lo que tendrá éxito o no. En la mayoría de los casos ocurre por temporadas, que los espectadores acuden multitudinariamente a ver un tipo específico de filmes y avalan con su presencia y su bolsillo un determinado género cinematográfico. Sin embargo, la preferencia es una consecuencia de lo que hacen los productores, pues como ya se mencionó, la capacidad de elección del público está siempre en función de la oferta. El reto más importante para los realizadores es producir películas que lleguen a los intereses de varios grupos, al no poder predecir con exactitud los futuros deseos de la audiencia, o hacerlo de forma limitada, los realizadores de la industria se ven obligados a desarrollar una imagen mental de ese deseo anticipado de la audiencia, esto es lo que varios autores llaman imagen de audiencia, sin embargo, esta imagen de audiencia se ha valido del poder persuasivo de la publicidad, la industria de mayor crecimiento comunicativo en la posguerra, resultado de la estrategia del fascismo para crear una conducta de masas, en la política y en el consumo. (Barbachano 1974, 93).

Este concepto es lo más parecido a lo que en otras industrias se obtiene por medio de estudios de mercado, para generar proyecciones a futuro sobre los ingresos que

el producto generará Las decisiones que se tengan sobre una producción pensando en la audiencia dependen de qué tanto éxito han tenido películas y decisiones similares en el pasado, y nuevamente todo va en función del dinero que se espera recuperar. Con base en lo anterior, podemos decir que el público en el cine es una abstracción, pues la masa a la que nos referimos cambia constantemente, se disuelve y se reconstituye en cada ida al cine. De manera estandarizada, el éxito de una película se mide principalmente, en términos de cuánta gente acude a ver la cinta durante su primera semana de exhibición (Guback 1980, 64).

2.6 El proceso de producción cinematográfica

En la mayoría de las industrias y en la literatura económica, se pone mucho énfasis en la cuestión de los precios, como se expuso en el primer capítulo de esta investigación, algunos de los principales modelos sobre competencia económica, sostienen a los precios como una variable fundamental, y definitivamente lo son, sin embargo, para el caso específico de la industria cinematográfica, existen varias excepciones, que se presentan, por la propia naturaleza de la industria. Como ya se ha expuesto en previos apartados, la mercancía que la industria cinematográfica produce, se llama película. Es importante aclarar que dicho término, también es utilizado para llamar a una de las materias primas utilizadas en la producción, que es la cinta virgen a base de celuloide, donde se imprimen las imágenes filmadas, también llamadas fotogramas. Es importante recordar el periodo de estudio que va de 1938 a 1956, ya que actualmente, la mayoría de las películas se filman digitalmente.

Siempre que se use el término película, durante esta investigación, se estará haciendo referencia a la mercancía que la industria produce, a excepción de algunas ocasiones del presente apartado, donde se especificará cuando el término se refiera a la materia prima antes mencionada. Todas las películas son diferentes en cuanto a contenido se refiere, o pretenden serlo y su realización está en función en gran medida, de la historia que se quiere narrar, como se verá a detalle más adelante. Como ya se mencionó, el costo de producción o también llamado presupuesto, varía de una película a otra, incluso si son producidas por el mismo productor o estudio, y se debe principalmente a lo que quiera lograr el director y lo

que pida el guión. No obstante, lo que se expondrá en el presente apartado son las partes, procesos y técnicas convencionales en toda la producción cinematográfica.

El proceso a través del cual se fabrica una película, pudiera parecer esquemáticamente simple, pero en la práctica es más complejo de lo que parece. El proceso de producción en su totalidad se divide en tres grandes fases, que siguen un orden específico (Cabezón 1999, 58), las cuales son: Preproducción; producción y postproducción. Dentro de cada una de estas tres fases, pre, pro y post producción, se incluyen una vasta gama de relaciones laborales, económicas y artísticas, a través de las cuales se desenvuelve el cine, todas y cada una de ellas imprescindibles para la fabricación del producto. Lo cual reafirma aún más la idea del cine como industria, con insumos, ingresos y egresos, rentabilidad y riesgos. Se puede decir que la semilla es plantada cuando los realizadores de cine tengan algo que decir, y un estilo de cómo decirlo, una vez establecida la idea inicial, se busca el respaldo financiero del algún productor, institución financiera o Estado, es decir, el capital inicial; una vez que se tiene este, se da paso a escribir un guión literario; con base en él, se genera un presupuesto; se procede a filmar, editar y al final ven en su producto un mensaje efectivo. Otros realizadores no tienen nada que decir pero son buenos en su trabajo y recurren a las fórmulas y recetas para producir, al ser una actividades esencialmente colectiva, existen buenos, regulares, excelentes y también los hay malos, pero todos ellos están en el negocio de llenar las salas con el mejor material posible, pero sobre todo, rentable (Cabezón 1999, 71).

El proceso de producción fílmica en su totalidad es bastante largo y vasto, existen libros enteros sobre ello. Lo que se expondrá a continuación es una descripción detallada, pero resumida de lo que implica dicho proceso, haciendo énfasis en los aspectos relevantes, para en un siguiente capítulo, entrar de lleno al análisis industrial del cine en México.

2.6.1 Pre Producción

Es la primera fase del proceso de producción, en esta etapa es en donde se deciden todas aquellas cuestiones creativas, artísticas, económico-financieras, laborales, etcétera, respecto a la realización del filme; y de su planeación depende la buena o mala viabilidad del proyecto. El tiempo en el que transcurre esta etapa varía mucho,

puede abarcar semanas, meses o incluso años. El primer paso es tener una idea para desarrollar la historia que se desea contar, así inicia todo proyecto fílmico, sea documental o ficción. Esta idea puede surgir de diversas fuentes, puede ser original y espontánea, vivencias personales y anécdotas, o adaptaciones de cualquier medio ya sean libros, obras de teatro, noticias periodísticas, eventos y personajes históricos, etc. Una vez que se tiene la idea central, se realiza una carpeta de producción y se trabaja para alentar a inversionistas para invertir su capital, y con ello impulsar el arranque de la preproducción. El siguiente paso es escribir un guión literario (Cabezón 1999, 94).

El guión literario es el equivalente al libreto en una puesta escénica o las partituras para una orquesta musical. El guión es el documento donde se plasma la historia a contar en su totalidad, en él se señalan todas las características visuales y espacio-temporales de cada escena, así como una descripción física de los personajes, sus diálogos, sus acciones y motivaciones, su vestimenta, así como el mobiliario que utilizan y los rodea, vehículos, etc.

Pocas veces es un producto de un solo escritor, aunque existen casos en los que es así; generalmente es escrito, reescrito, reestructurado, cambiado y adaptado por todo un grupo de escritores y curadores. Sin embargo, irónicamente, la mayoría de las veces se otorga el crédito al escritor inicial. En muchas ocasiones, los estudios de filmación cuentan en su nómina con escritores que se encargan de realizar dicha tarea, en otras ocasiones, una persona individual, escribe un guión y ya sea por su cuenta o por medio de intermediarios, llamados agentes, vende su texto al mejor postor.

Dicho en un contexto económico, el guionista invierte tiempo de trabajo, insumos como tinta y papel para generar una mercancía, acude al mercado a ofrecerlo y este se valoriza, él obtiene un ingreso monetario a cambio y dependiendo del comprador y el contrato que se haya hecho para la compra-venta, puede o no estar involucrado en realización de su guión (Mckee 2003, 8).

En cualquiera de los casos, el guión representa la base de toda película y punto de partida aunque irónicamente, durante la fase de producción, todo queda

enteramente en manos del director, como se verá en la siguiente fase. Es hasta que se tiene el guión que se puede proceder a planear el presupuesto y decidir el cuerpo creativo, pues todo está en función de la historia. Para ello, se hace un desglose en secuencias, para seleccionar todo lo que se desarrolla en un mismo lugar para ahorrar tiempo y dinero a la hora de la filmación, posteriormente con base en el guión literario, se realiza un guión técnico, es decir, la adaptación de las necesidades técnicas de la narratividad visual, como las cámaras, la cantidad de lámparas, micrófonos, elenco principal, extras, escenografías, vestuarios, etc. (Mckee 2003, 297).

Con el guión técnico elaborado, se tiene una idea más completa de viabilidad, contemplando los aspectos financieros y técnicos del producto. El siguiente paso es realizar un plan de trabajo. Primero se organiza el rodaje con base en los escenarios, como se explicaba en el desglose del guión, recordando que bajo esta perspectiva, la película se está realizando como un producto empresarial. Se deben considerar la disponibilidad de locaciones, los personajes y sus apariciones, tiempos para la construcción de escenarios, días de descanso o rodajes nocturnos y desplazamientos. Con este plan terminado se puede elaborar el presupuesto más formalmente (Martin 2002, 26). A partir del guión literario desglosado, el guión técnico y el plan de trabajo se elabora un listado de los materiales necesarios como: utilería, vestuario, maquillaje; película virgen, equipo de filmación, iluminación, sonido, personal técnico, artístico, administrativo y su respectivo salario; acuerdos de coproducción, alquiler de foros o *sets*, construcción de escenarios, permisos de filmación en exteriores, venta, promoción. Con el guión literario definitivo, el guión técnico ya estructurado y el plan de trabajo redactado, el productor procede a conformar al equipo artístico y técnico adecuado, ello incluye al resto del equipo de productores, asociados, ejecutivos, asistentes de producción, director, fotógrafo, operadores de cámara, sonidistas, vestuaristas, maquillistas, tramoyistas, etc.

El productor, quien es la figura empresarial de la industria, debe ser una persona con una idea muy clara sobre los riesgos que se asumen en cada producción y con un profundo conocimiento del medio, no sólo en términos económicos, sino también artísticos, pues se han dado muchos casos donde las decisiones empresariales terminaron por eclipsar las decisiones creativas, dando pésimos resultados al

producto final. El productor debe buscar los modos de financiación para la película, ya que él es el responsable de todo el proyecto, dicho en términos simples, sería el equivalente al CEO en una empresa. Para esto existen varios modos como en cualquier otra actividad productiva, en el presupuesto se deben tener en cuenta también servicios externos como traslados, pago de aseguradoras, trámites legales, etc. Usar recursos propios; buscar patrocinios de fondos en instituciones financieras; asociarse en coproducción con otras personas físicas, morales o países, y/o; ventas anticipadas a distribuidores.

Las alianzas o uniones entre empresas de producción y distribución o exhibición para compartir beneficios son muy comunes, pues permite contar con un mayor presupuesto, aspirar a mejor calidad y capacidad de competencia y la posibilidad de llegar a mercados extranjeros. Así mismo el productor también en ocasiones toma las decisiones en cuanto a la calidad final del proyecto y en muchos casos vigila el trabajo del director y el resto del equipo (Guback 1980, 75).

Ya con el presupuesto y una vez contratado, el director de la película establece con el director de fotografía y el diseñador de producción, antes llamado escenógrafo, los lineamientos para la estética de la película. Posteriormente se contrata a los actores a través de una audición o contratación directa. En algunas producciones hay un director de reparto que elige a los actores secundarios. Se contrata también un compositor para la banda sonora, maquillistas, sonidistas y todo el resto del equipo.

Ya avanzada la fase de preproducción, otro aspecto importante en esta etapa es que el productor cuente con un equipo jurídico para solicitar y tramitar los permisos necesarios para el rodaje. Esto depende mucho del lugar en el que se filme, a veces los trámites son muy largos, otras veces se otorgan muy fácilmente. Antes de finalizar esta fase, existen reuniones entre el cuerpo artístico y el técnico, esto con el fin de ultimar detalles y considerar todas las necesidades posibles para la producción. Estas pueden ser desde reuniones del director con los actores para la caracterización de sus personajes, así como la planeación concreta de escenas específicas que requieran de secuencias complicadas. Se realizan pruebas de vestuario, maquillaje, imagen y fotografía (Ortíz 2018, 71).

Una vez que se concluyan las pruebas y ensayos, con los permisos legales aprobados, todo lo anterior listo y el visto bueno del respectivo encargado de cada área; el productor puede dar por finalizada la fase de preproducción y dar luz verde al rodaje o fase de producción. En resumen la producción de una película es en toda la extensión de la palabra, la labor de una compañía o empresa productora y casi siempre de una persona en calidad de productor ejecutivo, para esa empresa.

Entonces, el guión literario entra en la categoría de capital circulante, ya que se requiere de uno completamente nuevo para cada película. De igual forma, la cinta virgen, la escenografía, maquillaje, entran en esta categoría. Para el caso del equipo de iluminación y sonido, cámaras, tramoyas, vehículos, algunos vestuarios; entran en la categoría de capital fijo, ya que se pueden utilizar los mismos para diferentes películas.

2.6.2 Producción

La segunda etapa, producción, comienza con la filmación o rodaje. En esta etapa, en teoría, el director es la máxima autoridad pues él es responsable de lo que registren las cámaras en todo lo que significa al ámbito visual, dramático estético, técnico, etcétera; aunque en algunos casos, el director pasa a ser solo un empleado más y estar al servicio de lo que el estudio o productor desean. Esta etapa suele tener una duración muy diversa, depende de muchos factores y ha ido aumentando con los años, siempre dependiendo de las características de la producción (Mitry 1989, 52).

Como ya se mencionó, la mayoría de las veces una película no se filma en el orden en que se presentan los hechos en el guión literario o en el producto final. Esto se hace para economizar gastos, para ello se hace uso del guión técnico, lo que significa que todas las escenas que ocurren en una misma locación se filman el mismo día o la misma semana, sin importar el orden cronológico dentro de la historia. De aquí se desprende otro factor importante, el tiempo de rodaje. La frase popular “el tiempo es dinero”, es considerada una máxima en la industria cinematográfica, pues cualquier cambio en el plan inicial, como por ejemplo, necesitar más días de los planeados para terminar de filmar una escena, modifica el

presupuesto y arriesgar la rentabilidad de la producción, ya que se requerirá de pagar horas extras a todos los trabajadores involucrados, así como el tiempo extra en caso de ser una locación rentada, etc.; en pocas palabras, a mayor horas de filmación, mayor es el desembolso de dinero y por lo tanto aumenta el costo de producción (Stam 2001, 48).

Cada día se determinan cuántos minutos hábiles de película se filmaron, o cuántas tomas o planos válidos se lograron. Lo habitual es que en una jornada normal de 8 a 10 horas de trabajo se obtengan de tres a siete minutos útiles de película. Durante el rodaje, se recomienda contar con un responsable de continuidad, que debe estar pendiente de que no se cometan errores en las tomas, ya que como se explicó, las escenas que van una después de la otra, pueden filmarse con horas o días de diferencia entre toma y toma, y esto no debe notarse en la edición final. De esta manera se garantiza la continuidad y cohesión en la narración una vez que se tenga todo el material filmado.

Es importante mencionar que el audio y la imagen se graban por separado, por ello en la fase anterior se contrata y conforma un equipo encargado de la imagen y otro del audio; ya que la imagen queda registrada en película virgen de 35 mm, 16 mm, 8 mm y los diálogos en cintas de audio (García 1993, 38). Por otro lado, me parece importante, dar una pequeña explicación sobre la función de un trabajador específico, que cobrará relevancia en el siguiente capítulo. Me refiero al cinefotógrafo, casi siempre llamado a secas, fotógrafo o director de fotografía; ya que términos de la filmación, es el brazo derecho del director y literalmente, sus ojos, el primero ordena y el fotógrafo ejecuta, pues todo lo que capta la cámara, toda la construcción visual en términos de juego de luces, posición de la cámara, distancias, movimientos, colores, saturación, es decir, todo lo que ojo capta en cada cuadro, así como lo que no capta, es obra del fotógrafo (Mariniello 1992, 39).

El director y el fotógrafo, eligen las tomas que consideran son las mejores, luego se imprimen y proceden a revisar y realizar copias de los fragmentos seleccionados, así se califican y se eligen los mejores. Esto es fundamental para la edición que forma parte de la siguiente fase y adelantándose un poco a la fase de postproducción, desde esta etapa de producción es necesario tener contratados y

en uso las salas de edición y los laboratorios necesarios para esto, pues mientras se está filmando se va revisando el material y haciendo lo que se llama un primer corte de la edición (Ortíz 2018, 69).

En esta fase, se hace uso de gran parte del capital fijo y circulante adquirido durante la fase previa y de la fuerza laboral de los distintos departamentos involucrados en el rodaje.

2.6.3 Post Producción

Es la fase final del proceso de producción, en esta etapa se arma el rompecabezas, es decir, se le da forma y coherencia al material visual y de audio obtenidos durante el rodaje de la película. En los laboratorios correspondientes existe todo un proceso para armar el material registrado, este proceso es bastante laborioso, pues el montaje se hace combinando los planos y estableciendo relaciones que crean significado entre sí, de acuerdo a lo que plantea el guión o la visión creativa del director. Cuando se revela la película, se montan los negativos, se descartan las tomas que el editor, director y a veces el productor consideran malas y las buenas se imprimen en positivo. El editor, en conjunto con el director unirá las tomas seleccionadas y sus respectivas pistas de audio serán sincronizadas, lo que se obtiene son dos pistas de la misma longitud, una de imagen y otra de audio (Zavala 2005, 47).

Lo que continúa es detallar los aspectos visuales y sonoros, de los cuales, el audio es uno de los aspectos más complejos, pues incluye sonidos ambientales, música, diálogos y efectos especiales de sonido, de los cuales se dividen en dos categorías. La primera corresponde al audio obtenido durante el rodaje, en los que encontramos diálogos y sonidos ambientales, principalmente. Muchas veces se repiten todos o parte de los diálogos y se doblan, es decir, se regraban los diálogos sobre los obtenidos en el rodaje, sobre todo los que se realizaron en exteriores, del cual gran parte resulta inservible. La segunda corresponde a la música o banda sonora y los efectos especiales de sonido que pueden ser desde sonidos de animales, hasta sonidos de explosiones, máquinas; estos deben ser creados en laboratorios de audio. Una vez que se tienen las diversas pistas con los ruidos, diálogos y música, se deben realizar las mezclas finales (Martin 1990, 62).

Para la imagen se revisan cuestiones de luminosidad y temperatura del color para el revelado, se añaden efectos especiales si se requieren, muchas veces creados por computadora, o simplemente disolvencias o transiciones para la imagen, se crean los títulos de créditos y títulos iniciales, y se corrige el color, aunque para el caso específico del periodo de estudio de la presente investigación, no aplicaría la parte de color, ya que las películas de dicha época eran en blanco y negro. Cuando la pista de imagen está completamente terminada se corta el negativo según las marcas del editor. El negativo cortado se integra con la cinta de audio y ya se puede imprimir una copia compuesta. De esta, se pueden realizar más copias para la proyección de prueba. A partir de ahí se decide si corregir, cambiar o incluso regrabar escenas; en caso de convencer a los involucrados y altos mandos, se da luz verde y entonces esa copia compuesta pasa a llamarse: corte final (Cabezón 1999, 94). En esta fase, de igual manera, los laboratorios de audio e imagen, son parte del capital fijo. Mientras que las cintas de audio son capital circulante. Por otro lado se contrata más fuerza laboral, específicamente un compositor musical y los respectivos músicos ejecutantes, para grabar la banda sonora de la película.

Hasta aquí, se ha explicado el proceso de producción fílmica en cada una de sus fases, con las respectivas etapas dentro de cada fase. A lo largo de todo el presente capítulo, se ha intentado establecer al cine y las mercancías que produce, como una industria legítima. Una vez expuesto el proceso de producción, queda en evidencia que dicho proceso se conforma de una compleja red, que implica la intervención de muchas personas con diferentes especializaciones en cuanto a oficios y profesiones, así como de necesidad de insumos y maquinaria; dejando totalmente claro que el séptimo arte, es indiscutiblemente, una industria. Como se advirtió al inicio de este apartado, lo mencionado en el mismo corresponde al proceso estandarizado de la industria en general, pero los tiempos y detalles de cada película varían de acuerdo a las necesidades específicas de cada una.

El siguiente paso, una vez finalizado el producto es crucial para la rentabilidad de la película; y nos referimos a la comercialización, mercadotecnia y promoción las cuales juegan un papel fundamental en el negocio del cine, en algunos casos tan importante que las campañas publicitarias cuestan tanto como la producción misma o incluso más. Normalmente se contratan los servicios de agencias profesionales de

mercadotecnia, o divisiones de las mismas empresas distribuidoras, encargadas de hacer la promoción de las películas. La promoción empieza desde mucho antes de la fecha de estreno de una película, aunque esto depende tanto del presupuesto como de la confianza que un estudio o productor tenga sobre su producto. La intención es pre-vender el producto, de forma que la audiencia genere las ganas y la necesidad de consumirla. Los protagonistas o “estrellas”, el prestigio de los realizadores o la misma suerte no aseguran el éxito comercial de una película, pero son una carta importante para lograr el objetivo. Como se verá en el siguiente apartado, los protagonistas y el prestigio de los realizadores son un gancho muy poderoso para generar expectativa en el consumidor, al grado que funcionan como diferenciadores de producto (Guback 1980, 83).

2.7 “Estrellas” y premios como diferenciadores de producto y mercadotecnia

Sobre la mercadotecnia utilizada, vale la pena mencionar dos aspectos, el primero es un concepto antes mencionado, que será definido en el presente apartado, que es el llamado *star system*; y el segundo son los premios que se otorgan dentro de la industria y que automáticamente dotan de cierto prestigio a la cinta.

El *star system*, nace en Hollywood en la década de 1920 y ha sido replicado por otros países en sus respectivas industrias, del cual México no es la excepción. Funciona como una herramienta de mercado, que recurre a la utilización de actores y actrices famosos, también llamados estrellas, como medio de publicidad o para atraer mayor cantidad de espectadores a una película. La función de las estrellas es importante en la economía de la industria fílmica, pues incluye su rol en la seducción del público y el mercado. Las estrellas son la imagen que se vende, y hasta cierto punto, pueden ser incluso capital de los estudios, en caso de que exista una exclusividad. La película bajo estas condiciones se vende a través de la imagen de los actores y a veces el director que en ella participan cuyo objetivo es atraer espectadores.

Existen varios factores, que sustentan el *star system* y le han permitido seguir vigente un siglo de su creación, y son: la necesidad de un personaje netamente protagonista que sustente la trama; la apuesta de los productores y estudios por la creación de estrellas que revalorizan la películas y las hagan más competitivas; la

generalización de lo que en lenguaje cinematográfico se llama primer plano, que a diferencia del teatro permite identificar perfectamente a los actores cuyos nombres y rostros encabezan los carteles publicitarios; la importancia que adquiere la interpretación cinematográfica con el abandono de la teatralidad y las nuevas tramas exigidas por el largometraje (Guback 1980, 65).

Como se puede ver, el *star system* es un elemento fundamental para lograr los objetivos económicos fijados por el productor al inicio del proyecto, si bien su uso es muy evidente durante la promoción y mercadotecnia de la cinta, este cobra relevancia desde la fase de preproducción, en la cual se contrata a los protagonistas. Como se mencionó, los actores y actrices, si bien forman parte de la fuerza laboral, no corresponden a la idea de fuerza laboral comúnmente encontrada en la literatura económica, específicamente a la propuesta por Marx y que fue expuesta en el primer capítulo; pues si bien, estos reciben un sueldo por su tiempo de trabajo, muchos de ellos cobran regalías por el éxito financiero de la película en la que participan; al mismo tiempo, como ya se expuso en el presente apartado, fungen como elementos de mercadotecnia y diferenciadores de producto, ya que una película con un elenco famoso y del agrado del público, generará una mayor expectativa por consumirla, que una película con un elenco desconocido.

En este sentido, las estrellas entran simultáneamente en varias categorías. Ya se mencionó que forman parte de la fuerza laboral y al mismo tiempo diferenciadores de producto. Cada que una estrella forma parte de una película exitosa, estos se valorizan como en el caso de cualquier mercancía, y para la siguiente cinta en que sea contratado, estará en posición de exigir un sueldo mayor. Pero el asunto no termina ahí. Como se verá en el siguiente capítulo para una empresa productora en específico en México, cuando alguna empresa logra la exclusividad de una de estas estrellas, esta pasa a ser también, un activo de la empresa y por tanto, parte del capital fijo.

Por otra parte, los premios otorgados por la misma industria, funcionan de forma similar al *star system*, la principal diferencia es que estos no solo se otorgan al elenco, sino a todos los principales departamentos involucrados en la realización. Estos van desde los vestuaristas, maquillistas, escenógrafos, ingenieros de audio,

editores, compositores, fotógrafos, actores y actrices de reparto, principales, directores y finalmente, la película en su totalidad. El hecho de tener dentro de las filas a uno o varios trabajadores premiados, dotan automáticamente de cierto prestigio a la cinta, prestigio que será explotado durante la promoción y el marketing de la misma.

Dichos premios comenzaron a otorgarse durante la segunda mitad de los años 20 's del siglo XX, en países donde ya se contaba con una industria considerable. Varios de esos premios siguen vigentes en la actualidad. Algunos de los principales son: el Oscar y los Globos de Oro en Estados Unidos; los BAFTA en el Reino Unido; la Palma de Oro en Cannes, Francia; el León de Oro en Venecia, Italia; el Oso de Oro en Berlín, Alemania; los Goya en España, y; el Ariel en México. (Guback 1980, 76). Si bien, el Ariel no figura como uno de los grandes premios internacionales, es importante mencionarlo, ya que la presente investigación tiene por objeto analizar la industria mexicana, y se hará referencia en el siguiente capítulo.

En resumen, la interacción de estos dos elementos resulta definitiva para el desarrollo comercial de la cinta, sin embargo, el hecho de contratar protagonistas pertenecientes al star system y realizadores galardonados, provoca automáticamente un mayor desembolso de dinero, por tanto el costo de producción aumenta, y con ello, el riesgo de no recuperar la inversión, pero al mismo tiempo, como ya se dijo, también aumenta las posibilidades de generar un mayor interés en público consumidor, por lo que, si bien aumenta el riesgo, también aumentan las posibilidades de competir contra el resto de películas que haya en el mercado (Guback 1980, 90).

A lo largo de este capítulo, se ha hecho un largo recorrido desde los orígenes del cine, desde un punto de vista metafórico, al igual que su origen como avance tecnológico. Se ha expuesto de forma sintetizada, haciendo énfasis en los aspectos relevantes en su paso de ser una curiosidad tecnológica, a una actividad artística y cultural, hasta los aspectos comerciales del cine, aquellas características que lo definen como una industria, como la relación entre empresas y suministradores de insumos, así como su carácter masivo y su finalidad de entretenimiento.

Ha quedado en evidencia hasta aquí, que a pesar de existir fórmulas y recetas sobre las historias que funcionan y las que no, no existen garantías, pero que si el presupuesto lo permite, se puede hacer uso de elementos que eleven las posibilidades de lograr el éxito comercial y financiero, que como toda actividad industrial, por muy artística que esta sea, una película no deja de ser un proyecto de inversión que busca ser rentable.

Una vez expuestos los principios teóricos y metodológicos de la teoría clásica del valor y sobre la competencia económica en el capítulo 1, al igual que los aspectos más importantes del cine, desde los principales puntos de vista en que se puede entender, en su carácter industrial y comercial, principalmente, en el capítulo 2; queda únicamente pasar de lleno al objetivo principal de la investigación que es analizar la industria cinematográfica en México durante la llamada: “época de oro”.

Capítulo 3. De la industria cinematográfica en México 1938 - 1956

3.1 El cine pre-industrial en México

En la década de 1930 en México se dio el banderazo oficial al cine sonoro, asimismo, en todo el mundo pese a las protestas de algunos defensores del cine mudo, entre ellos Charles Chaplin, Sergei Eisenstein y Fritz Lang, el cine sonoro logró triunfar. Es así que, las últimas películas mudas en México se estrenaron en noviembre de 1930; desde entonces las salas de estreno solo exhiben material sonoro. Los mexicanos con poco dinero, que eran la mayoría, seguirán viendo películas mudas en salas baratas. El sonido en el cine parecía ser un lujo que a nadie le convenía que continuará así. La radiodifusora XEW de Emilio Azcarraga, inaugurada en ese mismo año, no tardó en darse cuenta de cuánto aprecio le tenía el público a la música popular que difundió la estación y las posibilidades aprovechamiento de esa aceptación por y para un cine nacional. Esto hizo que los intentos de los realizadores en la década anterior, comenzaran a dar frutos, pues una nueva expectativa surgió en el público en general y el gobierno, ansioso de

hacer oír en las salas populares sus mensajes. A esto se suma la llegada del soviético Sergei Eisenstein a finales de 1930, pues su presencia en el país fue indicativo de que existía la posibilidad de hacer en México un cine de gran belleza. Todo estaba puesto sobre la mesa, para que un cine nacional entrara en escena, pero ese cine no terminaba de nacer. Los dos largometrajes sonoros del año filmados en el país fueron producto de esfuerzos personales y aislados, y no el resultado de planes sólidos y competentes de fundar una industria (García Riera 1993, 59).

Como se mencionó en el capítulo anterior, una industria cinematográfica requiere la creación de una base artística, técnica, financiera y administrativa que asegure la producción continua de películas. El chihuahuense Juan de la Cruz Alarcón, quien era distribuidor en México de cine extranjero, lo entendía muy bien y fue así como se puso al frente de la recién creada Compañía Nacional Productora de Películas, asociado con Gustavo Saénz de Sicilia, quien fungía como gerente general de producción, quienes formaban la base administrativa; dicha Compañía obtenía su capital con la venta de acciones, formando así su base financiera. Para la base técnica, la Compañía adquirió y puso a su nombre unos estudios, que darían servicio desde 1931 y hasta 1938, y también contrató a varios jóvenes entusiastas, deseosos de formar parte de la naciente industria y futuros directores y productores de cine mexicano como lo fueron: los hermanos Joselito y Roberto Rodríguez, Carlos Orellana, Ramón Peón, Fernando de Fuentes, Raúl de Anda, al entonces niño Ismael Rodríguez y al fotógrafo nacido en Canadá Alex Phillips quien había trabajado en Hollywood entre 1921 y 1929. Es así como 1931 fue el año de la colocación de la primera piedra del cine mexicano, ya que en noviembre de ese año se estrenó la película *Santa*, en la que trabajaron todos los antes mencionados (García Riera 1993, 47).

Para el siguiente año, las seis películas producidas, todas fueron filmadas en los Estudios de la Nacional Productora y de las cuales financió tres. Ese mismo año fueron fundados los Estudios México Films por Jorge Stahl. Sin embargo, el cine mexicano aún estaba lejos de considerarse una industria, y sus producciones no resultaban convincentes ni como cine, ni como productos mexicanos, ya que de las seis películas solo una fue dirigida por un mexicano, el director debutante Fernando de Fuentes; y ninguna de las cintas gozó de mucho éxito (García Riera 1993, 38).

Para el año de 1933, el cine nacional dió un salto muy importante, pues se pasó de producir seis filmes en el año anterior, a 21 películas, lo que reveló que si era posible generar producciones a mayor escala, y lo más importante, que si existía un mercado nacional, pues nunca antes se había logrado una producción tan abundante en un mismo año. De las 21 películas producidas ese año se utilizó a 13 directores, 5 extranjeros y 8 mexicanos, de los cuales 5 fueron debut y despedida, el más destacado fue Fernando de Fuentes quien se consolidó como director, al dirigir 4 cintas en un año. La temática principal de ese año fue la exaltación y conmemoración de la Revolución ya que los otros dos directores que lograron continuar, Chano Urueta y Miguel Contreras Torres habían participado activamente en la lucha armada. El costo promedio de una película en ese año era de 30 mil pesos, de los cuales el director cobraba 500 pesos y los protagonistas de 500 a 1000 pesos. El total de trabajadores de la naciente industria era de entre 200 y 300 personas, considerando todos los puestos de trabajo. (García Riera 1993, 75)

En 1934 la producción nacional seguía en ascenso, pues en este año se produjeron 25 largometrajes, sin embargo aún no lograba dar la sensación de solidez, ni para la prensa, los críticos ni el público en general. Para dichos largometrajes, debutaron 9 directores entre los que destacan Emilio Gómez Muriel, Rafael E. Portas y Juan

Bustillo Oro. Ese mismo año se crea la Unión de Trabajadores de Estudios Cinematográficos por sus siglas, UTECM, del cual varios de sus militantes formaban parte del Sindicato de Trabajadores de la Industria Cinematográfica (STIC), que será de mucha relevancia en años posteriores. Para ese año las principales temáticas estuvieron influenciadas por el gobierno entrante de Lázaro Cárdenas, las cuales fueron la exaltación del nacionalismo y el indigenismo con contenido social, que pueden verse principalmente en la obra de Fernando de Fuentes; temáticas que los productores privados generó poco o nulo interés, lo que propició el financiamiento del gobierno, acto que en años posteriores sería fundamental para consolidar y hacer despegar a la industria nacional. (García Riera 1993, 119)

Para el año de 1935 se crean los Estudios de la Cinematográfica Latinoamericana S. A. o mejor conocidos como CLASA, encabezados por el ingeniero Alberto J. Pani, exministro de Hacienda en el sexenio de Calles, debutó con la película *Vámonos con Pancho Villa* dirigida por el ya consolidado Fernando de Fuentes, con un gran apoyo del gobierno de Cárdenas y obra fundamental en la historia del cine mexicano. Estos nuevos estudios resultaron ser muy superiores en cuanto a equipo técnico con respecto a los ya existentes en México, casi comparables a estudios de Hollywood. En enero de ese año el presidente Cárdenas, firmó un decreto que comprometía al gobierno federal a prestar todo el apoyo posible a la industria cinematográfica, que aún no daba el gran salto para ser tomada en cuenta como tal, pero internamente ya se referían a ella como una industria. Durante ese año se produjeron 23 películas, dos menos que el año anterior, entre las cuales, las más destacados fueron: una biografía de Sor Juana Inés de la Cruz y la adaptación de la novela *Monja, casada, virgen y mártir* de Vicente Riva Palacio, que está ambientada en la época novohispana. De igual forma es importante mencionar a dos jóvenes debutantes en la actuación, futuros galanes de la pantalla y figuras imprescindibles del futuro *star system* nacional, los jóvenes en cuestión eran un guía de turistas en

el zócalo de la capital de nombre Pedro Armendáriz y un locutor de radio de una pequeña estación en yucatán de nombre Arturo de Cordova. (García Riera 1993, 163)

El año de 1936 es conocido como el año de la gran crisis, en el que llegó a temerse la desaparición del cine nacional, debido a que a pesar de los muchos esfuerzos de los realizadores y del gobierno de Cárdenas por establecer y consolidar la industria, el público nacional y de habla hispana en general, no mostraba mucho interés por el cine mexicano, por lo que varios inversionistas y promotores abandonaron la industria y sólo un puñado de ellos con poco capital, continuaron con la ya de por sí, ardua labor de creer y construir la industria. Ese año se produjeron 24 películas, una más que el año anterior, de las cuales 15 fueron melodramas familiares. Pero si se pudiera resumir al año de 1936 en una sola frase, desde nuestra perspectiva sería con la frase, *“la noche es más oscura antes del amanecer”*; ya que si bien es cierto, que se le conoce a 1936 como el año de la gran crisis, mostrando un panorama bastante oscuro, también fue el año en que se produjo la película que trajo el amanecer de la industria cinematográfica nacional y posicionó a las películas mexicanas como un producto exportable, colocando al cine mexicano en el panorama internacional; ya que no solo salvó a la industria de una ruina inminente, sino que logró dar ese salto que al cine mexicano tanto le hacía falta. La película fue un melodrama ranchero llamado *Allá en el rancho grande*, producida y dirigida por Fernando de Fuentes y con fotografía del aún desconocido Gabriel Figueroa. En el capítulo anterior, en el apartado de producción, se abordó la relevancia que el director de fotografía o simplemente fotógrafo tendría en el presente capítulo, y es precisamente por este hombre: Gabriel Figueroa, quien sería el primer mexicano en la industria en ser reconocido internacionalmente, al ser galardonado por su trabajo en dicha película, con el premio a mejor fotografía en el festival de Venecia, en una Italia gobernada por Benito Mussolini. Como se verá a lo largo del presente capítulo,

Gabriel Figueroa es al día de hoy, uno de los nombres más importantes en la historia de nuestro cine, al ser premiado en los festivales más importantes de todo el mundo y cuya obra sigue siendo motivo de estudio, no solo en México, sino en Universidades y escuelas de cine en varios continentes (García Riera 1993, 211).

También, como ya se mencionó brevemente, fue la primera película mexicana en ser subtitulada para distribuirse en mercados distintos al hispanohablante. El éxito enorme de *Allá en el Rancho Grande* se produjo principalmente en los mercados extranjeros, demostrando que en México se podía hacer cine de calidad y dio respuesta a lo que productores y realizadores nacionales se habían preguntado por años; lo que el público quería ver en el cine mexicano eran películas mexicanas, es decir, muestras del folclore nacional. Es por todo lo anterior que dicho filme se considera como un antes y un después en el cine mexicano. Por otra parte ese mismo año, alejado completamente del triunfo ya mencionado, el Partido Nacional Revolucionario PNR contribuyó con 1 millón de pesos a la industria, a películas con temas revolucionarios, de la que destaca *Judas* por ser abiertamente producida por dicho partido, pero aún más, el rotundo fracaso que fue.

Para 1937 la lección dejada por *Allá en el Rancho Grande* tuvo una respuesta contundente, ya que de las 38 películas filmadas ese año, 12 más que el año anterior, más de la mitad fueron exaltaciones folclóricas y nacionalistas. Sin embargo, a pesar del salto monumental dado el año anterior, el cine nacional aún no lograba establecer a sus figuras, ni Mario Moreno *cantinflas*, Pedro Armendáriz, Arturo de Córdova, Dolores del Río ni Lupe Vélez lograban aún consolidarse como las estrellas que el cine nacional necesitaba para asegurar el éxito financiero; por lo que los productores, varios de los cuales habían abandonado la industria un año antes, y volvieron esperando tener su parte botín; aún se notaban muy calculadores

en cuanto a los temas y géneros que abordaban. Ese año debutaron 7 directores entre los que destacan, Ramón Pereda, René Cardona y el más importante de ellos, Alejandro Galindo (García Riera 1993, 253).

Como se ha visto en el presente apartado, con la transición del cine mudo al cine sonoro, el intento fallido de Hollywood por generar sus propias cintas en lengua castellana y hacerse con el control del respectivo mercado, fueron eventos que dieron pie a que empresarios, artistas e intelectuales, vieran en este nuevo arte y medio de entretenimiento, una ventana de oportunidades digna de apostarle, aún estando llena de adversidades. Como se ha intentado dejar claro, el viaje por establecer en México una industria cinematográfica digna, reconocida y autosuficiente, estuvo lleno de tropiezos, errores y desconfianza. In embargo, a pesar de que hubo más fracasos que triunfos, los pocos triunfos fueron lo suficientemente grandes y poderosos para lograr anteponerse a los fracasos y que en un lapso de aproximadamente 9 años, México lograra lo que a otros países en condiciones similares les llevó décadas. Por otra parte, es muy importante dejar en claro que al ser una actividad artística e industrial naciente, no existían centros formadores de profesionales, no había escuelas de cine, todas las personas involucradas en la creación y consolidación de la industria, desde sus inicios, hasta el final del periodo de estudio de la presente investigación, que abarca hasta 1956, aprendieron el oficio, como se dice coloquialmente, sobre la marcha, con prueba y error; lo más cercano a profesionales fueron gente traída de Hollywood con cierta experiencia como Alex Phillips y Dolores del Río; pero el resto de la fuerza laboral, tanto en el aspecto técnico, como en el artístico, aprendieron a hacer cine paso a paso. Lo que deja claro que los errores cometidos en el camino, fueron errores de gente que estaba aprendiendo a hacer las cosas bien. Muchos fueron los involucrados que llegaron y se fueron, algunos se quedaron y de esos que se

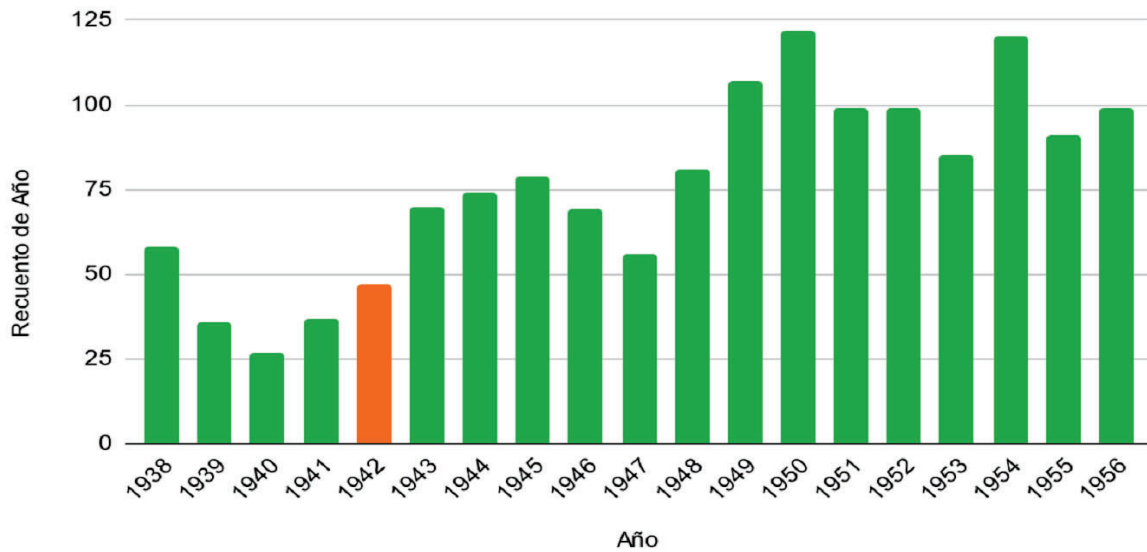
quedaron, pocos, pero importantes, lograron la perfección, como se verá a lo largo del siguiente apartado.

3.2 La industria cinematográfica en México y la época de oro

A lo largo de la presente investigación, se ha hecho un largo recorrido desde la competencia económica y los principales modelos de la competencia oligopólica. Posteriormente se dio un salto a los orígenes del cine, su proceso de producción y todos los elementos que convierten a esta actividad humana en una industria legítima. Finalmente se explicó los primeros años del cine en México, la transición del cine mudo al sonoro y el difícil proceso que se tuvo que atravesar para lograr generar una industria nacional, relevante no solo en el mercado de habla hispana, sino a nivel internacional. A continuación se expondrá a detalle la parte medular de la investigación, que se refiere a la organización industrial en la producción filmica en México del año 1938 a 1956. Es muy importante dejar en claro, que en esta investigación se concentra específicamente en la producción de cine de largometrajes de ficción, ya que como se mencionó en el capítulo anterior, es la parte de la producción que genera mercancías que se valorizan en el mercado. La producción de cine documental, corto y mediometraje, pertenecen a un nicho de mercado muy específico, que no genera grandes volúmenes de ingreso ya que la audiencia es considerablemente menor.

Gráfica 3.1. Total de películas producidas por año en México 1938-1956

Total de películas producidas por año

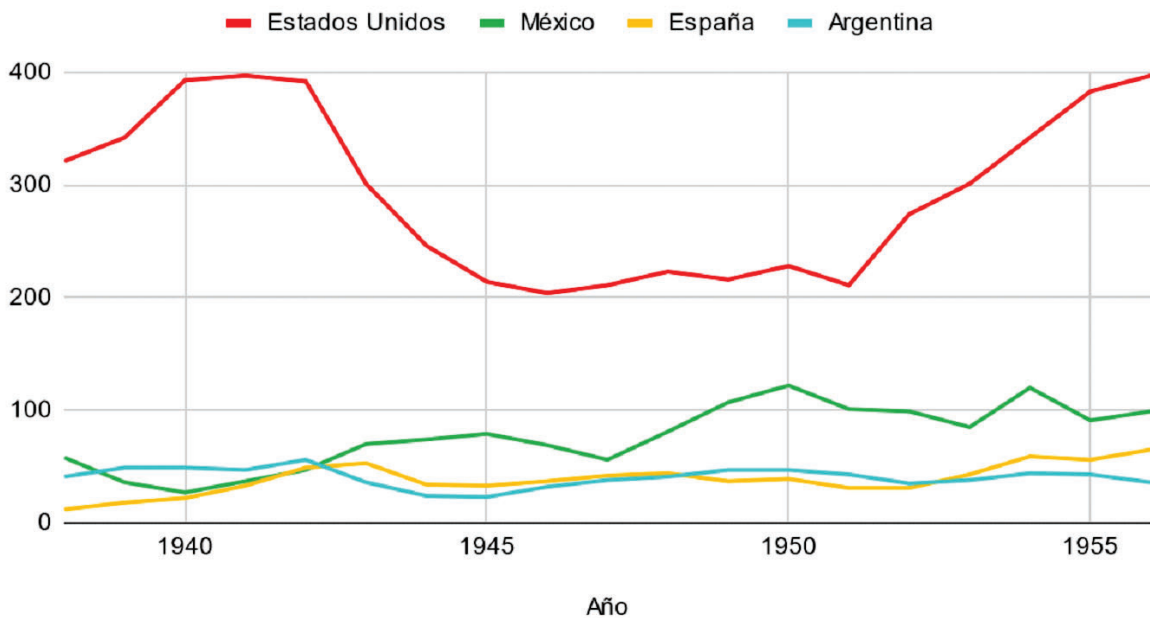


Elaboración propia con datos de E. García Riera

Entrando de lleno en materia, en el gráfico anterior 3.1, se muestra la producción total de películas producidas en México, de 1938 a 1956. Haciendo una primera lectura de forma general, se logran observar tres ciclos perfectamente marcados, por el volumen de producción. El primer ciclo va de 1938 a 1940, con una marcada tendencia a la baja. El segundo ciclo, va de 1941 a 1947 con tendencia a la alta y un importante incremento en el volumen de producción; con el año 1942 resaltado en un color naranja, ya que en dicho año ocurrió un evento sin precedentes y que fue de suma importancia para los años posteriores. El tercer y último ciclo que va de 1948 a 1956 se muestra un notorio incremento en la producción al tener años con más de 100 películas producidas en un año. A lo largo del resto del capítulo se hará un desarrollo y una disección para lograr un análisis muy detallado, tanto de los ciclos ya mencionados, así como de los años que lo conforman. A la par, con base en el siguiente gráfico (3.2), se hará una comparación con la industria líder, que por su cercanía geográfica resulta relevante, así como de las industrias de habla hispana que se desarrollaron a la par de la industria mexicana y que por ende, competían en respectivo mercado, las cuales son la española y la argentina.

Gráfica 3.2. Películas producidas por país: Argentina, España, Estados Unidos y México 1938-1958

Películas producidas por país



Elaboración propia con datos de E. García Riera

Como podemos observar en la gráfica 3.2, en el año de 1938, se produjeron 58 películas, 20 más con respecto al año anterior, mostrando un importante crecimiento en la producción de películas; de las cuales alrededor de 20 fueron de temas nacionalistas y folclóricos, aunque *“el público nacional y latinoamericano en general empezaba a mostrar cansancio del charro enamorado de la hija del patrón”* (García Riera 1993, 8), hecho que fue muy evidente, ya que a pesar del aumento en la producción, no hubo ninguna cinta relevante, por lo que se empezó a apostar por la comedia. Considerando que Hollywood intentaba hacerse de varios mercados al producir películas en diferentes idiomas, aunado a su ya de por sí hegemonía, es entendible que su volumen de producción fuera casi 6 veces más que la de México; por otro lado, los competidores directos, Argentina se encontraba cerca con 41 películas y España con apenas 12.

El reciente desarrollo industrial del cine se vio amenazado por la lucha sindical y por la inconsistencia de los productores, que como se mostró en el apartado previo, concebían toda clase de proyectos para luego desistir de ellos. La UTECM creó una nueva rama para directores, que decretó como requisito el haber dirigido un mínimo de 3 películas para ser miembro, además de fijar un salario mínimo para directores en \$7500 por película y un determinado número de horas de trabajo al día. Ese año debutaron 18 directores, de los cuales solo 5 harían carrera. Sin embargo ese año surge una idea que tardaría algunos años en concretarse, pero que cambiaría por completo a la industria nacional, la idea fue crear un Banco Cinematográfico. Los senadores Alberto Salinas Carranza y Ernesto Soto Reyes lograron que su Cámara discutiera la propuesta, sin embargo, como ya se mencionó, tardaría unos años más en ser aprobada, pues dado el panorama mundial de ese año, la prioridad era el tema del petróleo. Pero al mismo tiempo, el simple hecho de que se considerara conveniente una medida única en el mundo, como la creación de un Banco exclusivo para la industria del cine nacional, da idea de hasta qué punto tomó relevancia ese cine en México, como asunto de gran interés económico y social (García Riera 1993, 7).

En 1939, se produjeron 39 películas, 19 menos con respecto al año anterior, primer año de un descenso tan brusco en la producción nacional. Las más destacadas fueron, *La noche de los mayas* y la adaptación de la novela de Mariano Azuela, *Los de abajo*, ambas dirigidas por Chano Urueta. Sin embargo, su éxito solo fue en el mercado de habla hispana, aún no se lograba replicar el éxito internacional de *Allá en el Rancho grande*. Hollywood seguía aumentando su producción al aumentar en 21 unidades más respecto al año anterior. Por otra parte, Argentina logró pasar a México en 14 unidades, al producir 49 cintas, y España a pesar de ir creciendo, seguía al fondo con apenas 18 en ese año.

El presidente Cárdenas decretó que todas las salas del país debían exhibir al menos, una película mexicana al mes, lo que seguía reforzando la idea del enorme respaldo que el Gobierno Federal le daba al cine. Ese mismo año se crean los Estudios Azteca y el Comité Nacional de la Industria, formado por directores, escritores, funcionarios del Gobierno, miembros de la UTECM, publicistas y periodistas gremiales, para premiar por votación a lo mejor del cine nacional. De 1930 a la fecha se habían invertido aproximadamente 15 millones de pesos entre producción, distribución y promoción (García Riera 1993, 89).

En 1940, último año del sexenio de Lazaro Cárdenas, la producción continuaba a la baja, pues solo se produjeron 27 películas, 9 menos que el año anterior; de entre las que destacan dos dirigidas por Juan Bustillo Oro, *El Charro Negro* y *Ahí está el detalle*, filme que catapultó a la fama a Mario Moreno *Cantinflas*, dando así el banderazo que inició el star system nacional; por otra parte, también destacaron dos películas de Fernando de Fuentes, *El jefe máximo* y *Creo en Dios* con una clara postura a favor del candidato electo, Manuel Ávila Camacho. Hollywood continuaba en crecimiento al llegar a casi 400 cintas en un año, por otra parte, Argentina a pesar de no incrementar su producción ese año, se posiciona como el líder del mercado hispano con 22 unidades más que México y 27 más que España, que continuaba en crecimiento, pero aún lento con 22 películas producidas ese año (García Riera 1993, 145).

Los tres directores debutantes de ese año, Vicente Oróná, Julián Soler y Joselito Rodríguez, no presentaron filmes fuera de lo convencional. En febrero de ese año la UTECM trató de alentar la producción de películas ofreciendo al capital facilidades de financiamiento en forma de créditos sindicales. Esos créditos sumaban hasta 70 mil pesos para películas con costos de producción de 100 mil pesos. Los productores rechazaron esas facilidades ya que en su opinión esa práctica habría convertido a la industria en una cooperativa regida por los sindicatos. En marzo del

mismo año se creó una comisión mixta para el fomento a la industria cinematográfica, formada por productores, distribuidores y miembros del sindicato para enfrentar una situación creada por los mismos distribuidores, quienes encontraron la forma de oponerse al decreto presidencial lanzado un año antes, sobre la obligación de exhibir filmes nacionales. Esta comisión clasificaba las películas en buenas, regulares y malas. Las primeras se colocaban en salas de lujo, las segundas en salas de circuito y las terceras, de no quererlas nadie, eran quemadas. *“Dicha comisión no podía actuar imparcialmente, puesto que era a la vez, juez y parte”* (García Riera 1993, 146). En mayo de ese año la UTECM redactó un oficio al presidente Cárdenas, recordando la necesidad de instituir un banco que atendiera a la industria en todos los aspectos, y se le sugería un proyecto basado en la retención del 25% de los ingresos que se llevaban del país los distribuidores extranjeros, que iban de entre 8 y 10 millones de pesos. Pero el gobierno, ocupado en los asuntos de la política exterior y la sucesión presidencial, no dió respuesta a tal petición.

Con esto se cierra el ya mencionado primer ciclo mostrado en el gráfico 3.1, que abarca de 1938 a 1940 y con una marcada tendencia a la baja en la producción nacional. Como se puede ver al analizar cada año, si bien el presidente en turno Lázaro Cárdenas, mostraba un abierto interés y respaldo al cine, las condiciones tanto internas como externas del país, que son la expropiación petrolera y la tensión bélica en Europa principalmente, no permitieron al Gobierno poner la atención necesaria en la industria. Por otra parte, desde el punto de vista de la industria misma, el ámbito sindical que cobraría más fuerza en años posteriores, y los productores y directores, al intentar replicar el éxito de *Allá en el Rancho grande*, cayeron en la monotonía y en la receta que ya no daba frutos, lo que quedó demostrado por el hecho de que el cine argentino se impuso ante el mexicano.

En 1941, con el inicio de un nuevo sexenio y una nueva década, el primer año de gobierno del presidente Manuel Ávila Camacho, estuvo marcado con un aumento en la producción de 11 cintas más respecto al año anterior, pues el cine mexicano produjo 38 películas; y con la creación de nuevas empresas productoras como: Filmex de Simón Wishnak y Gregorio Walrestein que produjo 4 películas, Films Mundiales de Agustín J. Fink que realizó 3, POSA Films de Santiago Reachi y Jacques Gelman que también realizó 3, dos de las cuales lograron un enorme éxito comercial al conseguir la exclusividad de Mario Moreno *Cantinflas*, y finalmente se logró replicar el éxito de *Allá en el rancho grande*, con la cinta producida por la productora recién creada, Producciones Hnos. Rodríguez que lograron un colosal éxito comercial con *¡Ay, Jalisco no te rajes!*, tanto en el mercado de habla hispana, como en mercados en otras lenguas. El total de la producción se puede dividir casi en tres partes iguales entre melodrama, aventura y comedia. También debutaron 5 directores, y entre ellos, dos de los que a la fecha, son considerados entre las máximas figuras del cine mexicano, Emilio Fernández y Julio Bracho. Los arduos esfuerzos, aciertos y errores cometidos la década anterior, comenzaban a dar nuevos frutos (García Riera 1993, 181).

Sin embargo el panorama mundial mostraba mucha incertidumbre, a causa de la guerra mundial y sobre todo el inicio de las hostilidades entre EE.UU. y Japón. Sin embargo, por un lado, dichos eventos derivaron en una contracción evidente en Hollywood por varios motivos, pues ese año mostró un crecimiento casi nulo respecto al crecimiento en años anteriores; Argentina seguía a la cabeza del mercado hispano en términos de volumen de producción con 47 en ese año y España daba el salto a 33, haciendo cada vez más pequeña la brecha entre países; México por su parte al ser un país aliado de EE.UU., y el hecho de contar con una industria ya con varios años de desarrollo, permitieron las condiciones para que la cinematografía mexicana pudiera empezar a crecer nuevamente. Todo lo anterior fue reforzado por el gobierno federal, que por su parte, ratificó el decreto

presidencial hecho por Cardenas, que hacía obligatorio que todas las salas del país exhibieran cintas nacionales y dio los primeros pasos para la creación del Banco Cinematográfico S.A., institución única en el mundo. Pero el año no solo resultó alentador en términos comerciales y financieros, por los eventos antes mencionados, sino que también mejoró la calidad de las producciones. Del 11 al 17 de septiembre de ese año, se celebró un Homenaje al Cine Nacional, con motivo de sus 10 años de existencia, organizado por el Ateneo Nacional de Ciencias y Artes, presidido por Félix F. Palavicini y auspiciado por la Secretaría de Gobernación a cargo de Felipe G. Castillo (García Riera 1993, 181).

Para 1942 la producción seguía en aumento, al realizarse 47 películas, 10 más que el año anterior, y debutaron 10 directores, el más destacado fue un joven con más de 10 años de experiencia en la industria, pero que haría su debut como director, Ismael Rodríguez, y el terreno de la actuación estuvo marcado con el debut de Pedro Infante y María Félix. Hollywood por su parte comenzaba un descenso en su producción y a pesar de que los competidores directos de México lograban sobrepasar al cine nacional en términos de volumen de producción, Argentina con 56 y España dando la sorpresa con 49 cintas en un solo año; en términos de éxito comercial, México comenzaba a marcar diferencia con grandes directores y la formación de un star system.

El año estaría marcado por un importante apoyo del Gobierno Federal para con la industria cinematográfica, al decretar la reducción de impuestos a las salas que exhibían filmes nacionales, así como la eliminación de todo impuesto aduanal a la importación de insumos para la industria. in embargo la expresión de apoyo oficial más importante al cine mexicano fue que finalmente se concretó la creación del Banco Cinematográfico S.A., compuesto por el 51% de capital público proveniente del Gobierno Federal, del Banco Nacional Obrero y otras instituciones nacionales de crédito, mientras que el 49% restante procedía de los productores y otros

particulares. Fundado el 14 de abril de 1942, con el abogado Carlos Carriero Galván como gerente, el primer paso del Banco fue la creación de la firma Grovas S.A. de C.V., compañía productora y distribuidora de películas nacionales, constituida con un capital de 1 millón de pesos. Esta nueva empresa debía realizar un mínimo de 20 películas al año, supervisadas por los 6 directores más importantes del momento, aunque ese año solo produjo 8 películas. Si bien en la prensa especializada de la época, tanto nacional como extranjera decían que el cine mexicano aún no lograba consolidar una expresión propia y legítima, el éxito financiero del último año, era un indicador del aumento en la calidad técnica y artística. El año quedaría sellado con la creación de la Academia Cinematográfica de México conformada por nombres como: Enrique Solís, Julio Bracho, Xavier Villaurrutia, Gilberto Martínez Solares, entre otros (García Riera 1993, 233).

1943 es conocido en el medio como el gran año, o el año del triunfo, pues se rompió el récord de 58 películas en 1938, y dar el gran salto al producirse 70 cintas en ese año, 23 más que el año anterior, lo que mostraba los efectos del Banco cinematográfico creado un año antes. De igual modo, este año marcó la consolidación de México como principal productor de habla hispana al sobrepasar considerablemente a sus competidores de los cuales se alejó definitivamente en términos de volumen, calidad y éxito; pues Argentina bajó su producción abruptamente a solo 36 y España vio su mejor año al producir 53; Hollywood por su parte produjo casi 100 películas menos que el año anterior. Las causas de la fulminante victoria mexicana se debe a varios factores, en primer lugar, el público latinoamericano en general mostraba un mayor interés por las temáticas del cine mexicano que por *“las veleidades clase medieras y europeizadas del cine argentino”* (García Riera 1993, 7). Otro factor importante fue la atención del Estado mexicano, traducido en medidas y políticas favorables de financiamiento, producción y distribución. La guerra mundial por sí misma generó varios factores favorables. Para empezar, México al declararse a favor de los aliados y de EE.UU. principalmente,

salvó al cine mexicano de una escasez de celuloide, materia prima de la industria filmica y armamentista. Por otro lado, disminuyó considerablemente la oferta de películas importadas de Europa y Estados Unidos en el mercado interno. Por último, la oficina de Relaciones Exteriores en Washington dirigida por Nelson Rockefeller, acordó unos arreglos favorables para el cine mexicano, las cuales se traducen en remesas en forma de maquinaria y refacciones para la industria con costo aproximado de 1 millón de pesos; apoyo financiero a productores y la capacitación de los trabajadores de los Estudios por profesionales de Hollywood.

Sin embargo sería injusto atribuir este triunfo solo a la guerra o al Estado, puesto que en términos de la realización cinematográfica, todos los trabajadores y obviamente, los mejores directores del momento, tanto veteranos como los jóvenes mostraron todo su potencial al presentar sus mejores trabajos. Fernando de Fuentes logró consolidar a María Félix como la gran diva del cine hispanohablante en su filme "*Doña Bárbara*"; Miguel Contreras Torres, Miguel Zacarías y Juan Bustillo Oro realizaron las que son consideradas sus mejores películas, *La vida inútil de Pito Pérez*, *Una carta de amor* y *México de mis recuerdos* respectivamente. Alejandro Galindo realizó *Tribunal de Justicia*; Gilberto Martínez Solares hizo la exitosa comedia *El globo de cantoya*. Pero quienes más llamaron la atención fueron los jóvenes Julio Bracho con la que fué considerada su mejor película por mucho tiempo, *Distinto Amanecer* y la revelación de Emilio Fernández con *Flor Silvestre* y *María Candelaria* conformando así el equipo de trabajo más importante y galardonado del cine mexicano, con el fotógrafo Gabriel Figueroa, el guionista Mauricio Magdaleno y los protagonistas Dolores del Río y Pedro Armendáriz. Al finalizar la guerra, *María Candelaria* daría al cine nacional el reconocimiento internacional, al recibir varios premios en importantes festivales como Cannes, Francia y Locarno, Suiza. Recibió el premio a mejor película, mejor fotografía para Gabriel Figueroa, y mejor actuación masculina y femenina protagonista para Pedro Armendáriz y Dolores del Río, respectivamente. Es importante mencionar que en

este año los Estudios CLASA sustituyeron a la firma Grovas como depositaria de la máxima confianza del Banco, incluso las películas producidas por Grovas ese año, pasaron a ser propiedad de CLASA (García Riera 1993, 9).

En 1944 el crecimiento continuaba, pues se produjeron 74 películas, un cifra muy por arriba de su contraparte argentina y española que cerraron el año con 24 y 34 respectivamente y Hollywood continuaba su contracción con 246 películas. Este año fue marcado por la muerte del productor Agustín J. Fink, dueño de Films Mundiales, que fue absorbida por CLASA. El año resultó ser menos brillante en términos de reconocimiento internacional, pero no en términos financieros. Un hecho notable también fue el debut de 14 directores, un hecho sin precedentes y que no se volvería a repetir en mucho tiempo, en primer lugar porque el volumen de producción no daba para esa cantidad de debutantes, y después porque los sindicatos lo impedirían; el más destacado fue Roberto Gavaldón con su ópera prima *La hora de la verdad*. Sin embargo, el hecho más notable de ese año fue el inicio del drama sindical ya que los actores estaban agrupados en la sección 2 del STIC, que los situaba en el mismo estatuto sindical que los técnicos y manuales de los Estudios. Los actores concientes de su influencia en la taquilla y el éxito comercial de las películas, o para efectos de la presente investigación, diferenciadores de producto, encabezados por Mario Moreno y Jorge Negrete, lograron formar su propia sección y así obtener autonomía, lo que derivó en una huelga por parte de los trabajadores, que detuvo toda producción durante un mes. El Gobierno, preocupado por los ya mencionados problemas, y por lo que podría derivarse de ello, decidió, por iniciativa del entonces Secretario de Gobernación, el Lic. Miguel Alemán, la formación de una comisión tripartita encargada de velar por los intereses de la industria. La formaron Salvador Carrillo, secretario general del STIC, el productor Jesús Grovas y Felipe Gregorio Castillo, jefe del departamento de censura. Pero esto solo sería el inicio de una disputa que duraría años (García Riera 1993, 110).

En 1945 la industria nacional seguía aumentando su producción con 82 películas en ese año, más de 50% por arriba de Argentina y España que produjeron 23 y 33 respectivamente. Hollywood continuaba en descenso con una producción de 214 cintas. La película más destacada del año fue *La perla* de Emilio Fernández, que sería premiada en 1947 como mejor película y mejor fotografía una vez más para Gabriel Figueroa, en el festival de Venecia. Sin embargo, el rápido crecimiento trajo consigo un aumento en los costos de producción, en parte por las nuevas condiciones sindicales, como aumento en los sueldos e incluso actores que cobraban un porcentaje de las ganancias de las películas en que trabajaban, como se muestra en el siguiente cuadro 3.1.

Cuadro 3.1. Sueldos e ingresos extra de principales trabajadores de la industria cinematográfica en México 1945

Sueldos e ingresos extra de principales trabajadores de la industria 1945			
Puesto de trabajo	Nombre	Sueldo por película	Comisión sobre las ganancias
Productor (Director)	Juan Bustillo Oro	\$30,000	40%
	Fernando de Fuentes	\$30,000	40%
	Miguel Zacarías	\$500,000.00 (Compañía propia)	40%
Director	Julio Bracho	\$75,000	20%
	Emilio Fernández	\$40,000	sin porcentaje
	Roberto Gavaldón	\$35,000	15%
	Emilio Gómez Miuriel	\$25,000	sin porcentaje
Estrella (Protagonista)	María Félix	\$166,000	sin porcentaje
	Dolores de Río	\$50,000	15%
	María Elena Marqués	\$90,000	sin porcentaje
	Esther Fernández	\$37,500	sin porcentaje
	Andrea Palma	\$30,000	sin porcentaje

	Gloria Marín	\$25,000	sin porcentaje
	Mario Moreno	\$500,000 (Compañía propia)	Compañía propia
	Jorge Negrete	\$75,000	20%
	Emilio Tuero	\$75,000	sin porcentaje
	Arturo de Córdova	\$75,000	12%
	Rafael Baledón	\$15,000	sin porcentaje
Fotógrafo	Gabriel Figueroa	\$50,000	sin porcentaje
	Alex Phillips	\$30,000	sin porcentaje
Fuente: Elaboración propia con datos de E. García Riera <i>Historia documental del cine mexicano</i>			

Como se mencionó en el capítulo anterior, una parte importante de la fuerza laboral en esta industria, no corresponde a la definición clásica que suele usarse en la disciplina económica, ya que dicho de forma muy general, solo se considera que el salario se da a cambio de las horas de trabajo y que este solo cubre las necesidades básicas del trabajador lo que lo obliga a permanecer en dicha dinámica. Lo que contrasta seriamente con los sueldos presentados en el cuadro 3.1, donde el ejemplo más evidente es el de la gran diva del cine nacional María Félix, quien cobraba la módica cantidad de \$166,000 por película, una cifra muy por encima de sus colegas mujeres y hombres. Específicamente, haciendo una comparación con Jorge Negrete, galán de la pantalla y quien fuera su esposo, que cobraba menos del 50% de lo que cobraba la diva, con un sueldo de \$75,000 por película y un 20% de las ganancias. El cuadro anterior demuestra que estas personas y principalmente María Félix, entendían y tenían bastante claro que su función en la industria no era solo el de un empleado más, sino que como se explicó en el capítulo anterior, el *star system* y el prestigio logrado por directores y fotógrafos, era fundamental para el crecimiento y éxito de la industria tanto en el mercado local como en mercados internacionales. El caso de Mario Moreno *Cantinflas*, es un caso aparte, ya que además de contar con su propia compañía, teniendo el control total de su carrera, el personaje *Cantinflas*, se convirtió en prácticamente una marca registrada (García Riera 1993, 214).

Por otra parte, como se mencionó, un año antes los actores lograron crear su propia sección sindical, la 7 del STIC. Mientras que la sección 2 de técnicos y manuales quedó encabezada por Gabriel Figueroa, quien gozaba de un enorme prestigio profesional, sindical, cívico y social, ya que formaba parte del Comité Pro Alfabetización y siempre fue un gran promotor del cine como instrumento educativo y que este debía estar al servicio del pueblo, y ese mismo año redactó un proyecto de enseñanza audiovisual para México. Pero el drama sindical continuó con más fuerza y en marzo de ese año durante una sesión del sindicato, esta se tornó en una acalorada discusión que llegó a los golpes, donde Gabriel Figueroa fue a parar al hospital, pero ganó la batalla en la mesa, pues se logró la salida del STIC de la sección 2 (técnicos y manuales), la 7 (actores y actrices), la 8 (músicos), 45 (escritores y adaptadores) y 47 (directores), formando así el nuevo Sindicato de Trabajadores de la Producción Cinematográfica de la República Mexicana el STPC de la RM, con Mario Moreno como Secretario General (García Riera 1993, 218).

El STIC aún encabezado por Salvador Carrillo, decidido a no dar por perdida la batalla, continuó la huelga en los Estudios CLASA, Azteca y México Films, por lo que Mario Moreno ordenó a los miembros de su sindicato a tomar acción y como viles guerrilleros con fusil en mano se atrincheraron en los Estudios CLASA, lo que hizo desistir a la gente del STIC. En septiembre de 1945, el presidente Ávila Camacho aprobó la existencia de ambos sindicatos y delimitó los campos de acción de los mismos, permitiéndole al STIC la elaboración, exhibición y distribución de noticiarios y al STPC la producción de películas en los Estudios y exteriores; el conflicto concluyó con un desfile para agradecer al presidente, quien apareció en el balcón presidencial junto con Mario Moreno, Jorge Negrete, María Félix, entre otras personalidades de la industria. Con el respaldo del Gobierno Federal, quedó muy claro que ahora la industria sería manejada exclusivamente por las personas que participaban directamente en ella, a lo que se le conoció como la *política de puerta cerrada*. En ese mismo año el STPC declaró que solo permitiría la entrada a

realizadores que vinieran a enseñar y no a aprender. Lo que contrastaba con lo ocurrido en años previos, donde se permitió debutar a varios jóvenes, entre ellos, los que se terminaron convirtiendo en los directores más importantes de la industria, como Emilio Fernández, Roberto Gavaldón, Julio Bracho, Alejandro Galiando y quizá se podría considerar a Ismael Rodríguez, aunque él trabajó como asistente desde niño y durante más de una década antes de debutar como director (García Riera 1993, 220).

En el tema empresarial, el caso de las productoras, se finalizó la absorción de Films Mundiales por CLASA, convirtiéndose así en la productora más grande de América Latina, Filmex seguía ganando terreno y Producciones Grovas cambió su nombre a Producciones Dyana. La sorpresa ese año la dio Ramón Pereda al producir 8 cintas sin apoyo financiero de ningún tipo, al desarrollar el procedimiento de filmación simultánea, que reduce considerablemente los costos de producción, ya que como el nombre del procedimiento lo dice, se trata de filmar simultáneamente dos o más cintas, reutilizando sets, vestuarios, escenografías, locaciones, etc. Otro evento importante fue la creación de los muy modernos Estudios Churubusco, de quién Emilio Azcarraga poseía el 50% de las acciones y el otro 50% la RKO de EE.UU (García Riera 1993, 223).

En 1946 volvió a haber una baja en la producción nacional, con un descenso de 10 cintas, al producirse 69, pero manteniéndose por arriba de la competencia, con 32 y 37 de Argentina y España, respectivamente. Hollywood continuaba con tendencia a la baja al cerrar ese año con 204. De las producciones más destacadas fueron *Los tres García* y *Vuelven los García* de Ismael Rodríguez, *La otra* de Roberto Gavaldón y *Enamorada* de Emilio Fernández, que una vez más fue premiada a Mejor fotografía para Gabriel Figueroa en el festival de Bruselas, Bélgica y en 1947, en el festival de Locarno, Suiza, se le otorgó el premio al mérito por su exitosa trayectoria como cinefotógrafo (García Riera 1993, 8).

La política de puerta cerrada mencionada previamente, se hizo evidente pues solo se permitió debutar a un director, el recién llegado de España Luis Buñuel. En el terreno de la actuación, solo debuta la actriz y cantante argentina Libertad Lamarque y una fugaz y triste participación del legendario Buster Keaton. La primera película de Buñuel en suelo mexicano, *Gran Casino*, resultó ser un fracaso de taquilla, lo que lo llevó a un periodo de inactividad de tres años, junto con los directores más importantes del momento. Este año, con el fin del sexenio de Ávila Camacho, se mostraban indicios de un complicado porvenir para la industria filmica nacional. Uno de los factores fue que la totalidad de la exhibición quedó en manos del norteamericano residente en México William Jenkins. Por otra parte, varias empresas norteamericanas mostraron una fuerte tendencia a cobrarse los favores hechos a México durante la guerra. La Columbia Pictures, se llevó gran parte de las abundantes ganancias generadas por las películas de *Cantinflas*, ya que las distribuía en todo el mundo. La RKO trató de capitalizar su participación en los Estudios Churubusco creando una productora subsidiaria, la Ramex, que poco éxito tuvo. También fueron creados los Estudios Tepeyac, ubicados en la actual colonia Lindavista (García Riera 1993, 9).

El drama sindical continuaba, pues el STIC, seguía sin aceptar las condiciones decretadas por el presidente Ávila Camacho, por lo que la disputa con el STPC continuaría unos años más. Otro aspecto importante ocurrido en el año, es que la Ley promulgada años atrás, para exentar a la industria del pago de impuestos, tenía una fracción que se prestaba a ambigüedades, por lo que en ese año la Secretaría de Hacienda, advirtió a la Asociación Mexicana de Productores y Distribuidores que debían la cantidad de 5 millones de pesos, de no pagar, debían declararse en quiebra. Fue gracias a la labor del Subsecretario de Hacienda Jesus Silva Herzog, que en agosto de ese año se logró corregir la Ley para que toda la industria quedará libre de impuestos, incluyendo los años previos y la respectiva deuda (García Riera 1993, 12).

En 1947, el llamado año de la crisis inexistente, en el que se produjeron 56 películas, con una baja en el volumen de producción por segundo año consecutivo, acercándose peligrosamente a sus competidores Argentina y España, con 38 y 42 respectivamente. Hollywood por su parte, inició su reactivación al elevar su producción a 211 y comenzó a retirar a la fuerza laboral que había mandado a México para capacitar a los trabajadores nacionales. Las películas más destacadas del año fueron, *Nosotros los pobres* de Ismael Rodríguez y *Río escondido* de Emilio Fernández que volvió a ser premiada ahora en el festival de Praga, en las categorías de mejor película, mejor director para Emilio Fernández y una vez más, mejor fotografía para Gabriel Figueroa. Este año también estuvo marcado por la inauguración de un nuevo subgénero, de ambiente arrabalero, posteriormente llamado de rumberas, que sacaba a relucir el crecimiento de la Ciudad de México y el estilo de vida que este crecimiento trajo consigo (García Riera 1993, 105).

De las primeras acciones para con la industria por parte del nuevo presidente Miguel Alemán, fue reformar el Banco Cinematográfico ahora con el nombre de Banco Nacional Cinematográfico S.A., con un capital de 10 millones de pesos, aportados por el Gobierno Federal, el Banco de México y Nacional Financiera. Con el final de la guerra y la ya mencionada reactivación de las industrias norteamericana y algunas europeas, muchos productores nacionales optaron por una actitud muy conservadora, argumentando que no era posible ni aconsejable intentar competir contra esas industrias. Por lo que este año abundaron los llamados churros, es decir, filmes poco propositivos, hechos en un promedio de 3 semanas, al menor costo posible y dirigidos a un público de poca o nula exigencia, para garantizar el retorno de la inversión y las ganancias. El monopolio en la parte de la exhibición de William Jenkins se consolidó, pues los pocos competidores que aún quedaban decidieron venderle sus salas o asociarse, de los más importantes fueron los hermanos Espinosa Yglesias, Rómulo O'Farril y Gabriel Alarcón, quien un año antes había comprado sus salas a Emilio Azcarraga; el único competidor que quedó con 3

salas de exhibición en la Ciudad de México fue el General Abelardo L. Rodríguez, el resto de salas del país pasaron a manos de Jenkins (García Riera 1993, 108).

Con esto se cierra el segundo ciclo mostrado en el gráfico 3.1, que abarca de 1941 a 1947 y que corresponde en términos internos al sexenio de Manuel Ávila Camacho y términos externos a la segunda guerra mundial. Como se ha expuesto, ambos son aspectos fundamentales para poder explicar el crecimiento y éxito de la industria cinematográfica en México, pero de igual manera se debe reconocer la labor de los trabajadores de la misma, en todos los departamentos, principalmente los directores que dieron sus mejores esfuerzos por crear productos con una calidad artística y técnica de primer nivel, principalmente la mancuerna Fernández-Figueroa que dieron al cine nacional los mayores triunfos en el mercado de habla hispana e internacionales.

Para 1948 la producción volvió a elevarse a 81 películas, Argentina y España produjeron 41 y 44 respectivamente, mientras Hollywood continuaba su recuperación con 223 cintas. El grueso de la producción ese año fueron películas caseras. Las más importantes del año fueron tres de Alejandro Galindo *Esquina Bajan*, *Hay lugar para dos* y *Una familia de tantas*; Ismael Rodríguez presentó *Los tres Huastecos* y *Ustedes los ricos*. La debutante Matilde Landeta hizo la ambiciosa y bien recibida *Lola Casanova*. Emilio Fernández continuó cosechando el reconocimiento internacional con “Pueblerina” que ganó el premio a mejor partitura musical para Antonio Díaz Conde en el festival de Cannes, Francia; *Salón México* y *Maclovía* premiadas en el festival de Bruselas, Bélgica con el premio a mejor Fotografía para Gabriel Figueroa y mejor película, respectivamente. Aunque podría considerarse un boom similar al de 1938 o al de 1943, no impedía que se hablara de crisis, la pérdida relativa de mercados invadidos al finalizar la guerra por películas de muy diversas procedencias, la tendencia inflacionaria por los costos de producción, el exclusivismo sindical, el monopolio de la exhibición, etcétera, eran los

principales factores de que se siguiera hablando de crisis en la industria (García Riera 1993, 187).

En 1949 se produjeron 108 cintas, la mayor cifra alcanzada por el cine nacional, con un aumento de casi 30 con respecto al año anterior, y muy por encima de sus competidores de habla hispana que produjeron 47 argentinas y 37 españolas. Este gran aumento en la producción anual, reflejaba el afianzado sistema de financiamiento, distribución y exhibición capaz de enfrentar los obstáculos de la propia industria y del aumento de oferta en todos los mercados, con la reactivación económica mundial. Los productores independientes, es decir, aquellos que producían sin la intervención de un estudio, y poco o nada dependían de los recursos del Banco Cinematográfico, eran los únicos que sí sentían los efectos de la crisis. Las películas más destacadas de ese año fueron de tres directores ya consolidados, *Confidencias de un ruletero* de Alejandro Galindo, *La oveja negra* de Ismael Rodríguez y *La malquerida* de Emilio Fernández que una vez más fue premiada internacionalmente en festival de Venecia, Italia en la categoría de mejor fotografía para Gabriel Figueroa (García Riera 1993, 8).

Durante este año, surgió una lucha mediática en contra del monopolio en la exhibición de William Jenkins, por parte de varios miembros del STPC, entre los que destacaban Chano Urueta y Jorge Negrete, incluso, la disputa llegó al Secretario de Gobernación Adolfo Ruíz Cortines, quien prometió estudiar el problema. Después de varios meses de la lucha mediática, en diciembre de ese año, se redactó la Ley Cinematográfica que en sus puntos más relevantes establecía que las películas mexicanas deberían tener un mínimo del 50% del tiempo total de exhibición en todas las salas del país, es decir, la que por lo menos la mitad de la cartelera debería estar reservada para películas nacionales. Dicha ley entró en vigor en agosto de 1951 (García Riera 1993, 12).

1950 fue un año excepcional en cantidad y calidad, pues se produjeron 123 películas, la máxima cantidad alcanzada por la industria y que le daba el dominio absoluto del mercado hispano ya que Argentina produjo 47 y España 39; y a un volumen de producción casi del 50% de Hollywood que continuaba su ascenso. Lo más destacado del año fue *Susana* con una gran recepción, dirigida por Luis Buñuel y su obra maestra *Los olvidados*, una de las películas más importantes en lengua española de todos los tiempos; Emilio Fernández presentó *Un día de vida*, *Islas Mariás*, *Víctimas del pecado* y *Siempre tuya*; Roberto Gavaldón presentó *Rosaura Castro*, *En la Palma de tu mano* y *Deseada*; Alejandro Galindo presentó *Doña Perfecta*; Ismael Rodríguez con *Sobre las olas*; Juan Bustillo Oro con *El hombre sin rostro* y Fernando de Fuentes con su adaptación del clásico universal *Crimen y castigo*. Por otro lado, el nuevo estilo musical creado por Dámaso Pérez Prado, fue el pretexto perfecto para realizar películas, de entre las más destacadas *Al son del mambo*, *La reina del mambo* y *Una gallega baila mambo*. La FOX, productora estadounidense, amenazó con realizar una biografía sobre Emiliano Zapata, por lo que Emilio Fernández llamó a su equipo estelar, el guionista Mauricio Magdaleno, el cinefotógrafo Gabriel Figueroa, los protagonistas Dolores del Río y Pedro Armendáriz, para realizar su propia versión, pero ambos proyectos quedaron solo en papel. Mientras tanto Contreras Torres continuaba con su guerra mediática contra el monopolio de William Jenkins y por otra parte Emilio Azcárraga con su empresa Telesistema Mexicano S.A. obtuvo la concesión de los canales 2, 4 y 5, que empezarían transmisiones unos años después (García Riera 1993, 170).

En el ámbito administrativo, lo más relevante del año fue que la Comisión Nacional Cinematográfica a cargo de Jusús Castillo López, ex gobernador de Morelos, vetó varias películas entre ellas *El suavecito* y *Entre abogados te veas*, pero poco duró, ya que a las pocas semanas se modificó dicha determinación y que *El suavecito* quedaba autorizada, después de realizarle algunos cortes a la edición Por lo que se dijo entre los realizadores que cualquier película subida de tono o fuera de la norma

podía encontrar el punto débil de la Comisión Nacional Cinematográfica (García Riera 1993, 171).

Para 1951 la producción fue de 100 películas, a pesar de ser una producción menor a la del año anterior, “...un centenar de películas era suficiente para dar empleo a todos los trabajadores que participaban en la industria.” (García Riera 1993, 7) La competencia hispana seguía muy alejada, con 43 cintas argentinas y 31 españolas; la brecha con respecto a Hollywood seguía siendo de aproximadamente 100 unidades. Lo más sobresaliente del año fue *A Toda Máquina* y su secuela dirigidas por Ismael Rodríguez; Miguel Zacarías presentó *Aquí vienes Martín Corona* con su secuela y *El revoltoso* de Miguel M. Delgado; los cinco estrenos fueron un éxito rotundo en la taquilla, todas sin duda daban claro ejemplo del desarrollo técnico y artístico que la industria Mexicana había logrado en los últimos diez años. Luis Buñuel y Emilio Fernández presentaron dos películas cada uno, pero ninguna resultó estar al nivel del prestigio respectivo de ambos. “*El estanque no se veía mal, pero no por eso dejaba de ser estanque.*” (García Riera; 1993, 7).

Miguel Contreras Torres seguía con su lucha contra el monopolio de Jenkins, al grado que ofreció entregar a la Secretaría de Gobernación su película de *El padre Morelos*, con la condición de que fuera exhibida gratuitamente a todo el pueblo de México. Por otro lado, el presidente Miguel Alemán, expresó su incondicional apoyo a la industria, y reiteró la importante labor que los realizadores y trabajadores de la industria tienen para con el país, pues el cine representa el vehículo perfecto para mostrarle al resto del mundo la riqueza cultural de México. Algunos periódicos y revistas no tardaron en expresar que dichas declaraciones hechas por el presidente, censuraban entre líneas la imagen que Buñuel presentaba de México en *Los olvidados*, por lo que tanto Mario Moreno como Emilio Fernández salieron de inmediato a defender a Buñuel y tacharon de inconcebible y absurdo, intentar vetar

a extranjeros que participaban en la industria nacional, solo por mostrar la realidad social del país (García Riera 1993, 9).

Para 1952 la producción se mantuvo en 100, demostrando lo argumentado el año anterior, de que un centenar de películas era suficiente para dar empleo a todos los que participaban en la industria y para cubrir la demanda. Argentina estrenó 35 y España 31; por 274 de Hollywood, que se alejaba definitivamente de México. De entre lo más destacado año se produjo uno de los mejores filmes de la filmografía mexicana, *EL rebozo de Soledad* de Roberto Gavaldón, aunque se presentó en el Festival de Venecia, no ganó ningún premio; *Cuando levanta la niebla* de Emilio Fernández, que tampoco logró un éxito a la altura del prestigio que ya gozaba; *tal para cual*, *Un rincón cerca del cielo* y *Ahora soy rico* de Rogelio A. González; los mayores éxitos de comerciales se los llevó Ismael Rodríguez con *Dos tipos de cuidado* y *Pepe el Toro* para concluir su trilogía de *Nosotros los pobres* y *Ustedes los ricos*; por otra parte Luis Buñuel estrenó 3 filmes: *El bruto*, *Robinson Crusoe* y *Él*, que también fueron bien recibidas, aunque su éxito no es directamente comparable al de las cintas de Ismael Rodríguez, ya que el público que consumía las cintas de Buñuel era más selecto y exigente. Como ya se ha mencionado, la política de puertas cerradas era ya, más que evidente, y solo se permitió debutar a un director ese año, de nombre Rafael Baledón (García Riera 1993, 157).

En el ámbito empresarial, exhibidores de cintas extranjeras al mando de William Jenkins, lograron un amparo contra la Ley cinematográfica, entrada en vigor un año antes, donde se le obligaba a todos los exhibidores a reservar el 50% de la cartelera a cintas nacionales. Ese mismo año se crea la Comisión de Fomento Cinematográfico, que llegó a la conclusión de que dicha Ley debía ser reformada, para garantizar la protección de los realizadores nacionales en contra del monopolio de la exhibición. La cámara de Senadores aprobó el nuevo proyecto de ley en

octubre de ese año. De las reformas a Ley que más destacaron fue (García Riera 1993, 158):

- En ningún caso el tiempo de exhibición de películas nacionales será inferior al cincuenta por ciento del tiempo total de pantalla, en cada sala del país.
- Para los efectos de esta Ley, se considera película nacional a toda producción cinematográfica, de largo o corto metraje, realizada en territorio nacional, en idioma español, por mexicanos o por sociedades mexicanas constituidas conforme a las leyes civiles y mercantiles en vigor.
- No se autorizará la exportación de películas nacionales cuya exhibición en el extranjero se considere inconveniente por el tema y desarrollo de las mismas aun cuando se haya autorizado su exhibición en el territorio nacional.
- Las estaciones televisoras solo podrán pasar películas autorizadas como aptas para todo público.
- Formar la Cineteca Nacional, para cuyo fin los productores o empresas productoras entregarán gratuitamente una copia de las películas que se produzcan en el país, en los términos que señale el reglamento.
- El Presupuesto de Egresos señalará a la Secretaría de Gobernación, además de las cantidades necesarias para la atención de los servicios normales en el ramo, una suma anual especialmente destinada al fomento de la Industria Cinematográfica.
- Los infractores de la presente Ley, de sus reglamentos o de las disposiciones que dicte la secretaría de Gobernación, sern sancionados con multa hasta de \$50,000.00 (cincuenta mil pesos 00/100) que se permutara por arresto hasta por quince días en los casos en que el infractor no pague la multa. También queda facultada la Secretaría de Gobernación para clausurar temporal o definitivamente las salas cinematográficas, estaciones televisoras, Estudios de producción de películas, establecimientos comerciales o de cualquier otra índole, con el objeto de hacer cumplir los acuerdos que dicte de conformidad con la presente Ley o sus reglamentos.

Con estas nuevas reformas a la Ley, se dejaba muy en claro el fuerte proteccionismo por parte del Estado para con la industria que estaba muy consciente de la importancia de la misma en términos económicos, políticos y

sociales. Con esto queda marcado el fin del sexenio de Miguel Alemán respecto a la industria cinematográfica.

En 1953 la producción total bajó un 15% al ser de 85 cintas en todo el año, contra las 38 argentinas y 43 españolas; Hollywood por su parte se afianzaba nuevamente como la industria hegemónica mundial al producir 301 películas ese año. Las más destacadas de ese año fueron *Espaldas mojadas* y *Los Fernández de Peralvillo* de Alejandro Galindo, que marcan su retiro de la industria; *El niño y la niebla* de Roberto Gavaldón; *Un nuevo amanecer* de Rogelio A. González; *La rosa blanca*, *Reportaje*, *El rapto* y *La red* de Emilio Fernández, esta última, premiada en el Festival de Cannes; finalmente *Abismos de pasión* y *La ilusión viaja en tranvía* de Luis Buñuel. Como ya era costumbre en la industria, el cambio de sexenio presidencial, trajo consigo dudas y decisiones muy mesuradas por parte de los productores, por lo que es entendible que la producción bajara con respecto al año anterior (García Riera 1993, 8).

Continuando con el aspecto político, el sexenio de Adolfo Ruíz Cortines, que heredaba la recién modificada Ley cinematográfica, vivió un inicio agitado, pues el entonces director del Banco Cinematográfico Eduerdo Garduño, inició la elaboración que llevaría su nombre y que desataría discusiones que tardarían años en resolverse. El objetivo de dicho plan era regresar al cine nacional su lugar preponderante tanto en el mercado interno, el mercado de habla hispana y mercados en otras lenguas, de modo que el capital se recupere con mayor facilidad y abundancia y el monopolio en exhibición pierda fuerza. De entre los puntos más importantes del Plan Garduño destacan (García Riera 1993, 11):

- La distribución de películas mexicanas queda a cargo de 6 empresas organizadas como sociedades de responsabilidad limitada y de interés público y de capital variable, nombradas por el Banco Cinematográfico, de las cuales 2 tendrán la distribución en la República Mexicana, la 3° con distribución en iberoamérica, la 4° con distribución en Europa, África y Medio

Oriente, la 5° en Estados Unidos y la 6° en Canadá, Filipinas y resto del mundo.

- El Banco Cinematográfico tiene la facultad de nombrar a los Directores de cada empresa, pero no tiene la facultad de nombrar a los miembros del Consejo de Administración.
- Todas las empresas productoras que actualmente operan o que se organicen en el futuro, tienen derecho a entrar en el esquema de distribución.
- Se establece un impuesto de \$150,000.00 a la exportación de películas de largometraje, por película y por territorio; que se devolverá íntegramente a los productores que formen parte del esquema de distribución antes mencionado.
- Las 4 distribuidoras en el extranjero, podrán utilizar los canales que le sean más convenientes de acuerdo a la legislación de sus respectivos territorios. Quedan obligados a tratar directamente con los exhibidores de sus territorios correspondientes y no por medio de intermediarios.
- Las distribuidoras se encargarán de la propaganda y mercadotecnia de las películas mexicanas.
- La importación de películas extranjeras queda limitada a 150 películas por año.
- El Banco Cinematográfico aumenta su línea de crédito hasta \$300,000.00 por película al 10% de interés anual (antes 12%).

Si bien el Plan Garduño presentaba puntos muy interesantes, este fracasó pues el reestructuramiento de la industria que pretendía, sólo se podía haber logrado, quitándosela de las manos de aquellos que llevaban más de 15 años manejando la industria, que eran los productores y exhibidores, por lo que nunca entró en marcha. El ejemplo más claro, fue el tope en la importación de películas extranjeras, que solo en ese año llegó casi a 300, siendo el doble de lo que el Plan fijaba. Entre los principales detractores del Plan Garduño se encontraban William Jenkins, que era el principal afectado, Gregorio Walertein, Raúl de Anda, los hermanos Mier y Brooks y los hermanos Rodríguez. El principal promotor del Plan, Miguel Contreras Torres que llevaba años en una disputa mediática contra Jenkins, se vio solo apoyado por

algunos realizadores independientes. El expresidente Abelardo Rodríguez que era el único exhibidor que por varios años evitó que Jenkins tuviera el 100% del mercado, terminó por venderle su cadena de salas a Grupo Jenkins en ese mismo año. Mario Moreno por su parte decidió darle una oportunidad al Plan Garduño, pero su experiencia no debió ser muy grata, ya que ese mismo año regresó la distribución de sus películas a la Columbia Pictures. Todo lo anterior se vio agravado porque los trabajadores de los Estudios iniciaron una huelga en junio y que terminó en agosto, donde la principal demanda era el aumento salarial (García Riera 1993, 10).

Por otra parte se llevaban a cabo la elecciones en la Asociación Nacional de Actores que era presidida por Jorge Negrete y que perdió la reelección contra Mario Moreno que era apoyado por las principales figuras del star system como Dolores del Río, Arturo de Córdova, Rosita Quintana, Miroslava Stern, entre otros; lo que convertía a Moreno en uno de los hombres con más poder dentro de la industria al ser Secretario General del STPC y presidente del ANDA. El STPC y STIC finalizaron su disputa ese mismo año al celebrar un pacto de amistad y que ratificaba lo hecho por Ávila Camacho 1945 delimitando los campos de acción de ambos sindicatos; aunque dicha tregua no duró, ya que el STIC ese mismo año violó el pacto. La violación consistió en una muy elaborada jugarreta en la que aparentemente no existía falta alguna, pues el STIC dentro de su campo de acción produjo 3 cortometrajes, que en realidad era un largometraje dividido en 3 secciones y que llevaba el nombre *Raíces* dirigida por el único debutante de ese año Benito Alazraki. El año tuvo un final literalmente fúnebre, pues el 5 de diciembre falleció a los 42 años Jorge Negrete, miembro fundamental del *star system* mexicano, y pieza clave en la creación del STPC y el ANDA (García Riera 1993, 11).

En 1954 hubo un nuevo repunte en la producción nacional, al alcanzar las 120 cintas al año, por las 44 de Argentina que continuaba estancada y 59 de España

que empezaba a crecer nuevamente; mientras que Hollywood produjo un aplastante 342. De lo más destacado fue *María la voz* de Julio Bracho; *Y mañana serán mujeres* de Alejandro Galindo; *La rebelión de los colgados* de Emilio Fernández; *El joven Juárez* y *Un abrigo de mink* de Emilio Gómez Muriel; *Un extraño en la escalera* de Tulio Demicheli con el debut actoral de Silvia Pinal; Ismael Rodríguez sin su protagonista de cajón Pedro Infante con *Maldita ciudad* y *Los paquetes de Paquita*; de igual manera *El sultán descalzo*, *Contigo a la distancia* y *Qué bonito cha cha cha* de Gilberto Martínez Solares sin Germán Tin Tan Valdés; *El hombre inquieto* de Rafael Baledón con *Tin Tan*; *El mil amores*, *La vida no vale nada* y la más exitosa del año *Escuela de vagabundos* de Rogelio A. González y con Pedro Infante como protagonista; Luis Buñuel presentó *El río y la muerte* sin gran éxito. Filme que junto con *La rebelión de los colgados* de Emilio Fernández compitieron en el Festival de Venecia y Cannes, pero ninguna ganó nada. El éxito de las películas de este año, no estuvo más allá del mercado natural, es decir, el de habla hispana, ya que los mercados europeos poco a poco se alejaban más, con los años dorados de Emilio Fernández ya pasados, solo el cine de Luis Buñuel llegaba a competir en dichos mercados (García Riera 1993, 153).

En el campo de la distribución, Grupo Jenkins que ya contaba con el 100% de las salas de exhibición, solo permitió que se estrenaran poco más de 80 de las 120 producidas en el año, esta acción llamada enlatamiento, provocó que el retorno de inversión fuera más difícil y esto dio pie a que algunos productores utilizaran los créditos del Banco Cinematográfico para invertirlo en otros negocios ajenos al cine. El Estado por su parte, instituyó la organización financiera y de distribución. El Banco cinematográfico pasó a contar con un fondo de \$10'000,000.00 diez millones de pesos, y los créditos aumentaron a \$700,000.00 setecientos mil, por película a una tasa de interés del 10% anual. Se crearon tres empresas distribuidoras que pertenecían al Banco Cinematográfico: Películas Nacionales, Películas Mexicanas y Cinematográfica Mexicana Exportadora (García Riera 1993, 155).

En 1955 la producción fue de 91 películas, contra las 43 argentinas y 56 españolas, Hollywood ya totalmente alejado de México, produjo 383 cintas. Lo más destacado del año fue *El medallón del crimen* y *Del brazo y por la calle* de Juan Bustillo Oro; *Club de señoritas* de Gilberto Martínez Solares; *Mi desconocida esposa* de Alberto Gout; *El inocente* de Rogelio A. González; *Después de la tormenta* de Roberto Gavaldón y *La tierra de fuego se apaga* de Emilio Fernández, ambas compitieron sin obtener nada en el Festival de Venecia; Luis Buñuel continuó siendo el único en conquistar mercados en otras lenguas con *Ensayo de un crimen*. De la producción total, alrededor de 15 se realizaron a color, dando el banderazo inicial al cine a color en México, pero que irónicamente marcan el fin de la época de oro, pues todas las películas antes mencionadas que lograron más éxito ese año fueron realizadas en blanco y negro. Al mismo tiempo, Producciones Calderón produjo 5 películas que incluían desnudos parciales y explícitos. Por lo que durante gran parte del año, hubo una larga discusión sobre el tema, las dos principales posturas eran de quienes defendían y los catalogan como desnudos artísticos y por el otro lado, los más puritanos de la época, quienes lo tachaban de inapropiado e inmoral. Por otra parte, la comedia urbana dominó la producción sobre la ya gastada comedia ranchera, pero que al mismo tiempo daba muestras del crecimiento de las ciudades y de la clase media (García Riera 1993, 8).

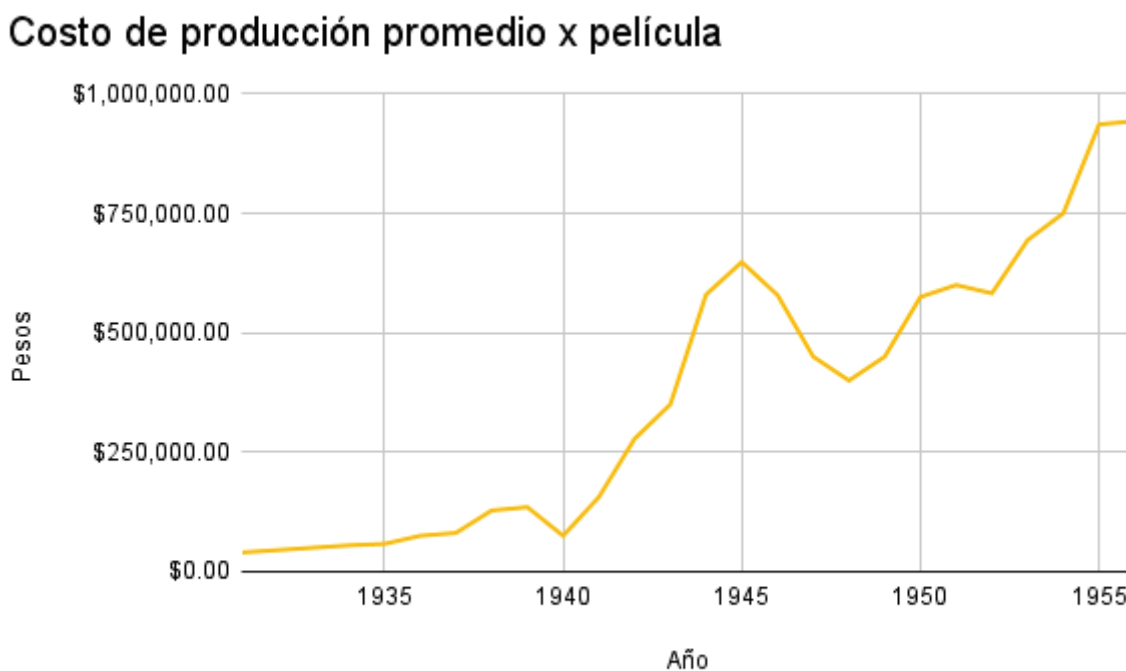
En 1956 volvió a ser de 100 películas, mostrando los efectos de las 3 empresas creadas 2 años antes, pertenecientes al Banco Cinematográfico; Argentina produjo 36 y España continúa su crecimiento con 65 cintas; Hollywood por su parte se acercaba a las 400, cifra lograda en los años previos a su entrada a la segunda guerra mundial. Lo más destacado del año fue *Los hijos de Rancho Grande* y *Una cita de amor* de Emilio Fernández; *Policías y ladrones* de Alejandro Galindo; *Ladrones de cadáveres* de Fernando Méndez, de las primeras cintas mexicanas de horror; *Tierra de hombres* de Ismael Rodríguez y de él también *Tizoc* que le otorgó el Oso de Oro a Pedro Infante en el Festival de Berlín por mejor actuación

masculina y aunque no ganó, estuvo en la terna por mejor película, mejor banda sonora y mejor fotografía en el mismo Festival. El mayor triunfo del año le perteneció a Mario Moreno, pero no por una producción mexicana, sino por su participación en la cinta estadounidense dirigida por Michael Anderson *La vuelta al mundo en 80 días*, que le valió el globo de oro a mejor actuación masculina, ganándole a estrellas internacionales de la talla de Marlon Brando y Yul Brynner; consolidando a Mario Moreno *Cantinflas* como una estrella a nivel mundial. Por otra parte, los hermanos Calderón con su empresa productora continuaron con sus desnudos artísticos con cintas como *La Diana cazadora* de Tito Davison y *Juventud desenfrenada* de José Díaz Morales; antes de que la censura prohibiera definitivamente los desnudos. Del total de la producción, 47 cintas fueron realizadas a color, pero al igual que el año anterior, las más exitosas en términos comerciales y de la crítica, fueron cintas en blanco y negro, pero de igual forma, se reconoció que a pesar de que la industria no contaba con la infraestructura necesaria, haya podido producir tal cantidad de filmes con una tecnología bastante reciente, casi el 50% de la producción del año (García Riera 1993, 170).

Con esto se cierra el último ciclo mostrado en el gráfico 3.1 y el periodo de estudio de la presente investigación. Este último ciclo a diferencia de los dos anteriores corresponde a dos sexenios, el de Miguel Alemán y Adolfo Ruiz Cortines, el primero caracterizado por un fuerte proteccionismo de la industria y el segundo por el fomento de una mayor competencia, sin embargo lo que ambos tienen en común es que las políticas y medidas tomadas para con la industria, no lograron los resultados deseados, debido a que las personas que tenían el control de la industria desde finales de los años 30 's, no permitieron que estas rindieran frutos, por otra parte, a pesar de que la calidad técnica iba notoriamente en ascenso, parece ser que la calidad artística dió sus mayores logros en los años 40 's, ya que durante los años 50 's, poco se logró replicar el éxito internacional de aquellos años.

3.3 Los costos de producción.

Gráfica 3.3. Costo de producción promedio 1938-1956



Elaboración propia con datos de Federico Heuer 1964.

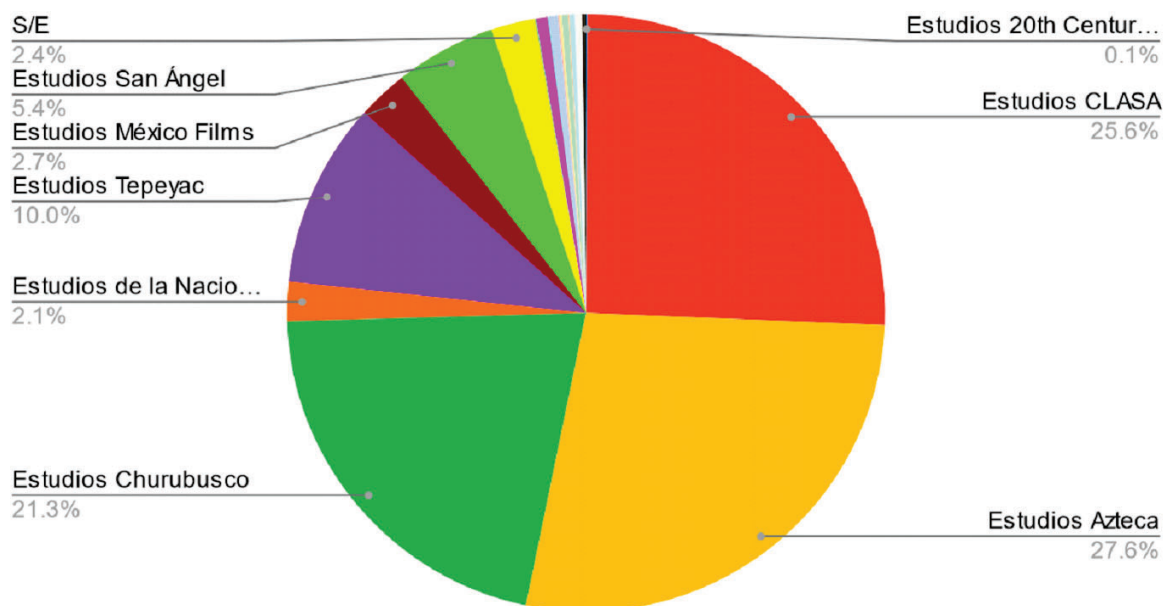
En el gráfico 3.3, se muestra el costo de producción promedio por película de 1931 a 1956, es decir, desde el inicio del cine sonoro y hasta el final del periodo de estudio. Como se puede observar, el cine en México inició con costos bastante bajos, por debajo de los \$100,000, y este fue en aumento hasta 1937, año en que se considera el inicio del cine industrial, con una baja en 1939 debido a que a pesar de que el Gobierno de Cardenas era abiertamente a favor del cine, la expropiación petrolera y el clima internacional no le permitieron darle la atención requerida a la industria. A partir de ese año, los costos continúan en ascenso, mostrando un punto máximo en 1945, que como ya se expuso, ese año los actores y actrices toman conciencia de su importancia en la industria y su rol como imagen en el éxito de las

películas y empiezan a cobrar sueldos que elevan los costos considerablemente (cuadro 3.a). Posteriormente se muestra un descenso en los costos, teniendo un punto de inflexión en 1947, periodo en que muchos productores, en consecuencia a lo previamente dicho, deciden invertir en los llamados churros, es decir, cintas de pobre propuesta realizados al menor tiempo y costo posible. A partir de ese año, la tendencia de los costos de producción es a la alza, y finalizando el periodo de estudio en 1956 con costos de casi \$1'000,000, lo que significa que en un lapso de 20 años, el costo promedio de producir una película en México, se multiplicó 10 veces.

3.4 Los estudios de filmación en la producción total.

Gráfica 3.4. Participación por Estudio en la producción total 1938-1956

Participación por Estudio en la producción total 1938-1956



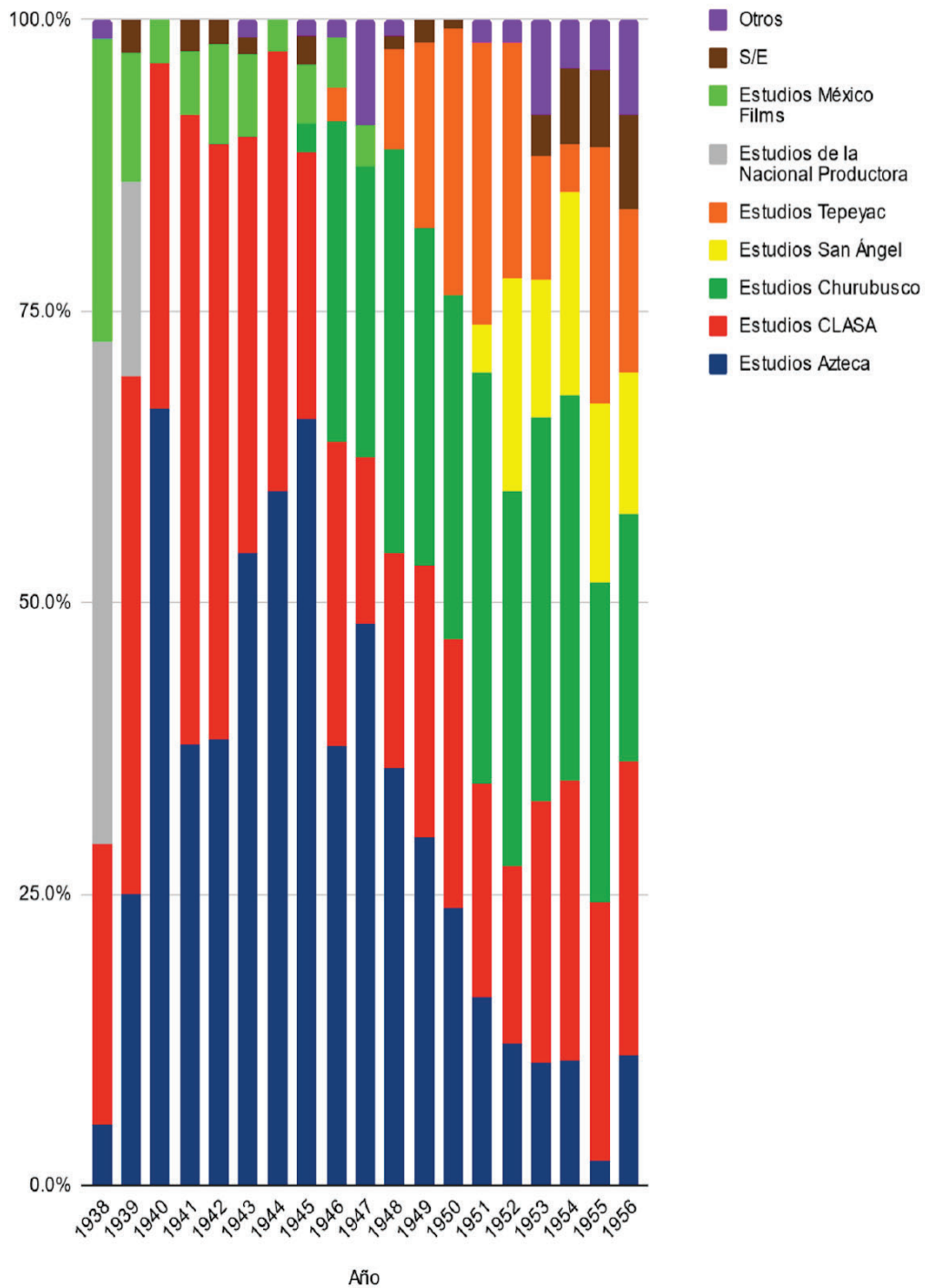
Elaboración propia con datos de E. García Riera

Como se puede observar en el gráfico 3.4, desde el punto de vista de los estudios de filmación, el 74.5% de la producción total durante todo el periodo de estudio, se

concentra en solo 3, es decir, tres cuartas partes del producto total se encontraba en manos de 3 empresas. Los Estudios Azteca con la mayor participación 27.6%; seguido por los Estudios CLASA 25.6% y finalmente los Estudios Churubusco 21.3%. Vale la pena mencionar a los Estudios Tepeyac, que a pesar de que en el gráfico aparecen solo con el 10%, muy por debajo de las 3 empresas ya mencionadas, es importante mencionar que los Estudios Tepeyac se crean en 1946 e inició operaciones formalmente en 1948, es decir, que solo operaron la mitad del periodo de estudio, lo que explica su poca participación; algo similar a lo que ocurre con los Estudios San Ángel que inician operaciones en 1951. Lo anterior en contraste con los Estudios Azteca y CLASA, que operaron durante todo el periodo, y en el caso específico de CLASA, se convirtió en la empresa predilecta del Banco Cinematográfico. El caso más notorio es el de los Estudios Churubusco, que inician operaciones en 1945, y que por su año de creación no recibió el apoyo directo de Hollywood cuando durante la guerra, mandó a sus profesionales desplazados a capacitar a los trabajadores mexicanos, lo que sí ocurrió con su competencia, pero a pesar de ello, la diferencia en el participación total con respecto a CLASA y Azteca, es relativamente pequeña.

Gráfica 3.5. Participación en la producción anual por Estudio 1938-1956.

Participación en la Producción anual por Estudio



Elaboración propia con datos de E. García Riera

En el gráfico 3.5, se muestra de forma desglosada por años la participación en la producción total de cada Estudio. Para el año 1938, el 93.1% de la producción se concentra en los Estudios de la Nacional Productora, los Estudios México Films y

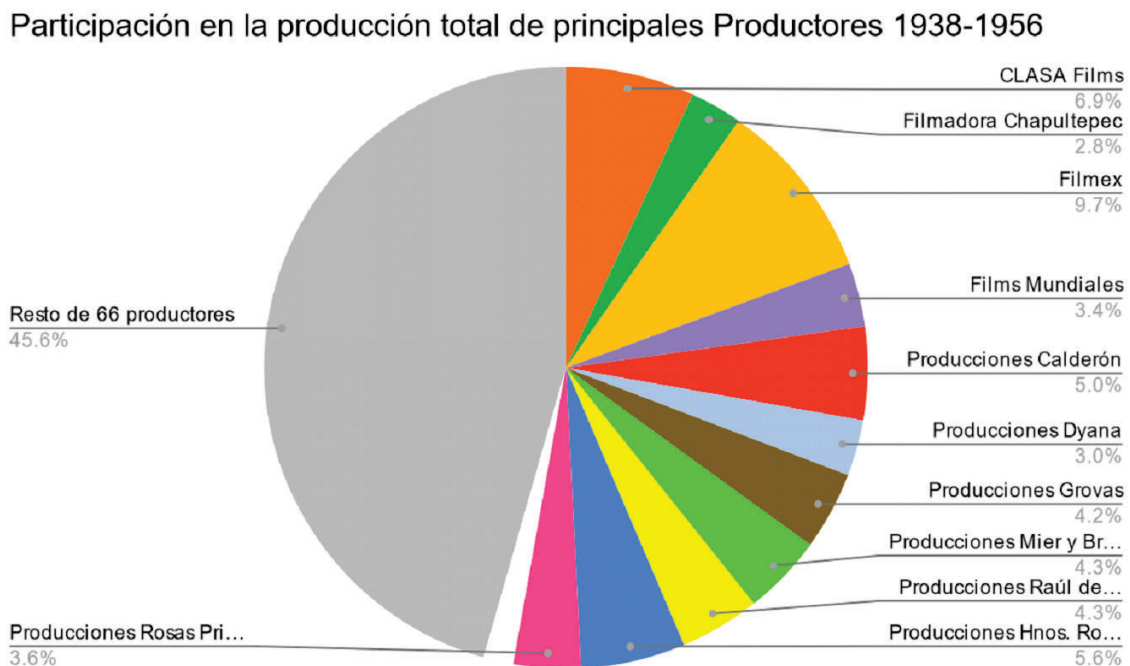
los Estudios CLASA con 43.1%, 45.9% y 24% respectivamente; con los primeros dos, con un notable dominio. Para siguiente año, los Estudios Azteca y CLASA ganan terreno con 25% y 44.4% respectivamente, formando un 69.4% en conjunto y con los Estudios de la Nacional Productora y México Films, que dominaron la producción el año anterior, cediendo gran parte de la misma, con apenas 16.7% y 11.1% respectivamente. Ese año los Estudios de la Nacional Productora fueron cerrados y los México Films, a pesar de continuar, fueron desplazados totalmente. De 1940 a 1945 los Estudios Azteca y CLASA dominan la producción con más del 80% de la misma en conjunto, mostrando un evidente duopolio. Su mejor año fue 1940 con 66.7% de Azteca y 29.6% de CLASA, que en conjunto dan 96.3%.

Como se mencionó, los Estudios Churubusco se inauguraron en 1945 con apenas un 2.5% de la producción total y un año después pasan a un contundente 27.5% de la producción total, rango en el que se mantendrán hasta el final del periodo, siendo su mejor año en 1951 con el 35.4% de la producción total. Es muy importante mencionar que las películas con el mayor éxito nacional e internacional, premiadas en los festivales de cine más importantes bajo la dupla Fernández-Figueroa, fueron realizadas en los Estudios Churubusco. En términos generales, a partir de 1946, la producción estuvo dominada por las tres empresas ya mencionadas, dejando muy claro el oligopolio en cuanto a Estudios de filmación; con excepción de los últimos años, período 1953 - 1956, específicamente 1956, como el año más competitivo en el que incluso las producciones independientes y colaboraciones con empresas de otros países, marcados en color púrpura, alcanzaron un 8.1% y 8.1%, respectivamente, de la producción total; periodo que corresponde al sexenio de Adolfo Ruíz Cortines, que se caracteriza por una mayor competencia, al estar en operación los Estudios Tepeyac y los Estudios San Ángel (antecedente de Televisa), y con los Estudios Azteca y CLASA en decadencia, éstos dos últimos, fueron

cerrados definitivamente en 1957, marcando así el inicio del fin de la época de oro del cine mexicano.

3.5 Los productores en la producción total.

Gráfica 3.6. Participación en la producción total por productores, 1938-1956.



Elaboración propia con datos de E. García Riera

En el gráfico 3.6, se muestra la participación en la producción total en cuanto a empresas productoras durante todo el periodo de estudio. Como se puede ver, el 52.8% de la producción total se concentra en 11 empresas y 45.6% a 66 productores, dentro de las que se incluye a producciones independientes y coproducciones con empresas de otros países, España, Argentina y EE. UU. principalmente. El color blanco corresponde a la empresa POSA Films, que a pesar de que solo posee el 1.6% del total, el titular de dicha empresa era Mario Moreno, que como ya se expuso, su personaje *Cantinflas* era en todo sentido una marca registrada que llenaba salas en cada país en el que se proyectaba y el mismo Mario Moreno era el Secretario General del STPC; por lo que dicha empresa, a pesar de

ser pequeña con respecto a las otras 11, en términos de volumen de producción, contaba con un diferenciador de producto que la volvía totalmente rentable. De las 11 empresas que dominan la producción, la que más destaca es Filmex de Gregorio Walerstein con el 9.7%, apodado el *Zar del cine mexicano*; seguido de CLASA Films, firma subsidiaria de los Estudios CLASA con el 6.9%, al ser la empresa principal que recibía fondos del Banco Cinematográfico, operaba tanto como productora y como Estudios. Le seguía Producciones Hnos. Rodríguez con el 5.6% del producto total, que corresponde a los hermanos Roberto y Joselito Rodríguez, directores y productores, su cinta más destacada *¡Ay Jalisco no te rajes!*. Finalmente Producciones Calderón Films con el 5% del total, que con las tres empresas anteriores da un acumulado de 27.2% de la producción total, es decir, poco más de un cuarto del producto total. Si bien desde el punto de vista de productores, el oligopolio no es tan evidente, como en el caso de los Estudios, se puede explicar en parte por el hecho de que las barreras a la entrada para constituir una empresa productora son mucho menores que las correspondientes a los Estudios de filmación, principalmente por la gran inversión en capital fijo que se requiere, como la maquinaria y el lugar físico para llevar a cabo los rodajes. Por otra parte, la política de puertas cerradas de los años 50 's, fungía como una barrera a la entrada artificial.

3.6 Los índices de la industria.

Como se mencionó en el capítulo 1, el índice de Herfindahl-Hirshman es una de las herramientas teórico-metodológicas más importantes, para determinar el grado de concentración de la industria que se está estudiando, y así definir el tipo de competencia de la misma. Para el caso de la presente investigación se recurrió a obtener el HHI tanto para el caso de los Estudios de Filmación, así como de las empresas Productoras; ya que como se explicó en el capítulo 2, la industria objeto de estudio, se compone de ambos tipos de empresa para poder existir. En el siguiente cuadro 3.b, se muestran los Estudios de Filmación que operaron durante el periodo de estudio, en la primer columna se muestran las participaciones

porcentuales de cada empresa y en la última columna, se muestran los cuadrados de las respectivas participaciones, cuya sumatoria nos arroja la cifra 2025.84; que con base en la teoría que sustenta dicho índice, nos habla de un mercado muy concentrado. Lo que ya se había anunciado desde el apartado 3.4 del presente capítulo, ya que durante todo el periodo solo operaron 7 empresas nacionales y el 75% del mercado se concentraba en sólo 3 de ellas, lo que nos habla de un oligopolio.

Cuadro 3.c. Índice HH por Estudio, 1938 - 1956.

Empresa	Participación de mercado (Porcentaje)	Si ²
Estudios Azteca	27.6	761.76
Estudios CLASA	25.6	655.36
Estudios Churubusco	21.3	453.69
Estudios San Ángel	5.4	29.16
Estudios Tepeyac	10.0	100.00
Estudios de la Nacional Productora	2.1	4.41
Estudios México Films	2.7	7.29
S/E	2.4	5.76
Otros	2.9	8.41
Total	100	2,025.84

Fuente: Elaboración propia con datos de E. Garcia Riera

El mismo proceso mencionado previamente se realizó para el caso de las empresas Productoras, en el siguiente cuadro 3.c. En este caso se tomaron las 20 empresas de mayor participación, para buscar reducir el sesgo lo mayor posible, ya que como se explicó en el apartado anterior, este tipo de empresas abundaban más debido a que las barreras a la entrada son menores que con respecto a los Estudios de Filmación. De igual manera, la segunda columna muestra las participaciones porcentuales para cada empresa, y en la última columna se muestran las respectivas participaciones porcentuales elevadas al cuadrado. Sin embargo, para este cuadro se realizó un paso extra debido a la abundancia de empresas. Como ya se mencionó se tomaron a las 20 empresas de mayor participación porcentual, cuya sumatoria da un 67% del mercado; el 33% restante se conforma de 56 empresas

cuya participación individual de cada una se encuentra en un rango de 0.1% a 0.9%. Para ello se tomó un promedio de 0.58% para cada una, bajo el supuesto de que son tan pequeñas que no afectan de manera significativa. El valor del HHI que se obtuvo para este caso con los parámetros ya mencionados es de 353.92. Lo que nos habla aparentemente de una industria poco concentrada en términos de Productores y haciendo un fuerte contraste con el HHI de los Estudios. Sin embargo hay un aspecto que aún no se ha tomado en cuenta que es el consumo.

Cuadro 3.d. Índice HH por Productoras, 1938 - 1956.

Empresa	Participación de mercado (Porcentaje)	Si ²
CLASA Films	6.1	37.21
Filmadora Chapultepec	2.8	7.84
Filmex	9.7	94.09
Films Mundiales	3.4	11.56
Producciones Calderón	5.0	25.00
Producciones Grovas-Dyana	7.2	51.84
Producciones Mier y Brooks	4.3	18.49
Producciones Raúl de Anda	4.3	18.49
Producciones Hnos. Rodríguez	5.6	31.36
Producciones Rosas Priego	3.6	12.96
Cinematográfica Intercontinental	3.3	10.89
POSA Films	1.6	2.56
España Sono Films	1.6	2.56
Pereda Films	1.6	2.56
Producciones Manrique	1.5	2.25
Alameda Films	1.1	1.21
Ultramar Films	1.1	1.21
Compañía Cinematográfica Mexicana	1.1	1.21
Argel Films	1.0	1.00
Producciones Zacarias	1.0	1.00
Resto de 56 productores	32.3	1,043.29
Total de 20 principales		335.29
32.3% / 56 pequeñas	0.58	0.33
Sumatoria de los Cuadrados de 56		18.63

pequeñas		
Total	100	353.92
Fuente: Elaboración propia con datos de E. Garcia Riera		

3.7. El consumo y éxito comercial de la industria.

Como se explicó al inicio de la presente investigación, el principal análisis de esta industria ha sido desde el punto de vista de la producción, sin embargo me parece pertinente mostrar la parte del consumo para evidenciar algunos aspectos que no quedan totalmente definidos y al mismo tiempo para mostrar una perspectiva más completa.

En el capítulo 2 se explicó que para el caso específico de esta industria, las empresas involucradas en la producción, no comercializan el producto directamente al consumidor final, sino que son los exhibidores quienes tienen el control total de esa parte. Entonces la forma de medir el consumo en esta industria difiere de la forma tradicional, ya que no se puede medir en términos de ventas del producto como tal. La forma en cómo las empresas miden el consumo de sus productos es a través de la cantidad de boletos que venden los exhibidores. Lo anterior se refiere a que las cintas que generaban la mayor convocatoria de público o consumidores eran las que generaban los mayores ingresos para todas las empresas involucradas tanto en la producción, distribución y exhibición; que en palabras de la prensa especializada se conoce como “Éxito de comercial” o para términos de la presente investigación: éxito de mercado.

Con base a la información proporcionada por Emilio García Riera, misma que se utilizó para crear la base de datos utilizada durante toda la investigación; se tomó una muestra de las cintas que de acuerdo con el mismo autor, representan las películas más taquilleras de cada año, es decir, las más consumidas, o dicho de otra forma, las cintas de mayor éxito comercial. Todos los datos presentados a continuación se tomaron de dicha muestra, y el objetivo es mostrar la distribución del mercado en términos del consumo. En el anexo se muestran los gráficos 3.7 y 3.8, donde se presentan las participaciones del mercado para los Estudios y

Productores respectivamente y cuyo objetivo es mostrar si existen variaciones en las participaciones de mercado para cada empresa. Sin embargo los gráficos por sí mismos son poco ilustrativos para su objetivo, por lo que la información se condensó en los cuadros 3.d para el caso de los Estudios y 3.e para los productores, respectivamente; donde se hace la comparativa de las participaciones de mercado de cada empresa, desde el punto de vista de la oferta, así como de la demanda.

Cuadro 3.e. Comparativa entre participación en la demanda y oferta por Estudio, 1938 - 1956.

Estudio	Participación en la producción total	Éxito de mercado
Estudios Azteca	27.6%	13.3%
Estudios CLASA	25.6%	29.6%
Estudios Churubusco	21.3%	32.6%
Estudios San Ángel	5.4%	7.4%
Estudios Tepeyac	10.0%	11.9%
Estudios de la Nacional Productora	2.1%	-----
Estudios México Films	2.7%	0.7%
S/E	2.4%	1.5%
Otros	2.9%	3.0%

Fuente: Elaboración propia con datos de E. Garcia Riera

Para el caso del cuadro 3.d, en el que se presentan los Estudios de Filmación, se observan varios cambios significativos. En primer instancia vemos que los Estudios Azteca, que en términos de oferta fue el mayor productor de la época, en términos de la demanda, su participación de mercado baja un abruptamente, al pasar de 27.6% a solo 13.3%, respectivamente, lo que nos indica que a pesar de su alto volumen de producción, sus películas no fueron las más consumidas. Después tenemos a CLASA, cuya participación de mercado no varía significativamente, ya que solo se eleva en 4 puntos porcentuales, siempre teniendo en cuenta que esta empresa fue la principal beneficiaria de los recursos ofrecidos por el Banco Cinematográfico. El cambio más relevante es el de los Estudios Churubusco, que contaba con una participación de mercado de 21.3% en términos de la oferta, pero en términos de la demanda, su cuota de mercado es del 33.6%, lo que significa que

un tercio del consumo residía en esa empresa; a lo que es importante recalcar que dicha empresa inició sus operaciones varios años después que Azteca y CLASA. En conjunto CLASA y los Estudios Churubusco poseen casi 2 tercios del mercado en términos de la demanda. El resto de los Estudios se mantiene relativamente en la misma participación de mercado, con variaciones poco significativas, ya que tanto para la oferta como la demanda, el mercado se concentraba en las tres empresas ya mencionadas.

Cuadro 3.f. Comparativa entre participación en la demanda y oferta por Productor, 1938 - 1956.

Productor	Participación en la producción total	Éxito de mercado
CLASA Films	6.9%	5.9%
Filmadora Chapultepec	2.8%	-----
Filmex	9.7%	10.9%
Films Mundiales	3.4%	3.7%
Producciones Calderón	5.0%	-----
Producciones Grovas-Dyana	7.2%	4.4%
Producciones Mier y Brooks	4.3%	3.7%
Producciones Raúl de Anda	4.3%	1.5%
Producciones Hnos. Rodríguez	5.6%	12.6%
Producciones Rosas Priego	3.6%	-----
POSA Films	1.6%	12.6%
Resto de productores	45.6%	44.7%

Fuente: Elaboración propia con datos de E. Garcia Riera

Para el caso de las Casas Productoras, al igual que en el apartado 3.2, se tomaron a las 11 empresas más grandes, que en conjunto abarcan el 55.3% del consumo total. Sin embargo, a diferencia de los Estudios, en el caso de los Productores si hay más variaciones significativas en las cuotas de mercado individuales. Las empresas en cuya última columna aparece una línea, es porque su participación de mercado disminuye tanto que se agregan a la última fila del resto de productores. Iniciando con CLASA en su división de Productor, su participación de mercado baja un punto

porcentual, contrario a Filmex que aumenta en un punto porcentual. Los descensos más abruptos corresponden a Producciones Grovas-Dyana y Producciones Raúl de Anda, que bajan casi 3 puntos porcentuales en términos del consumo.

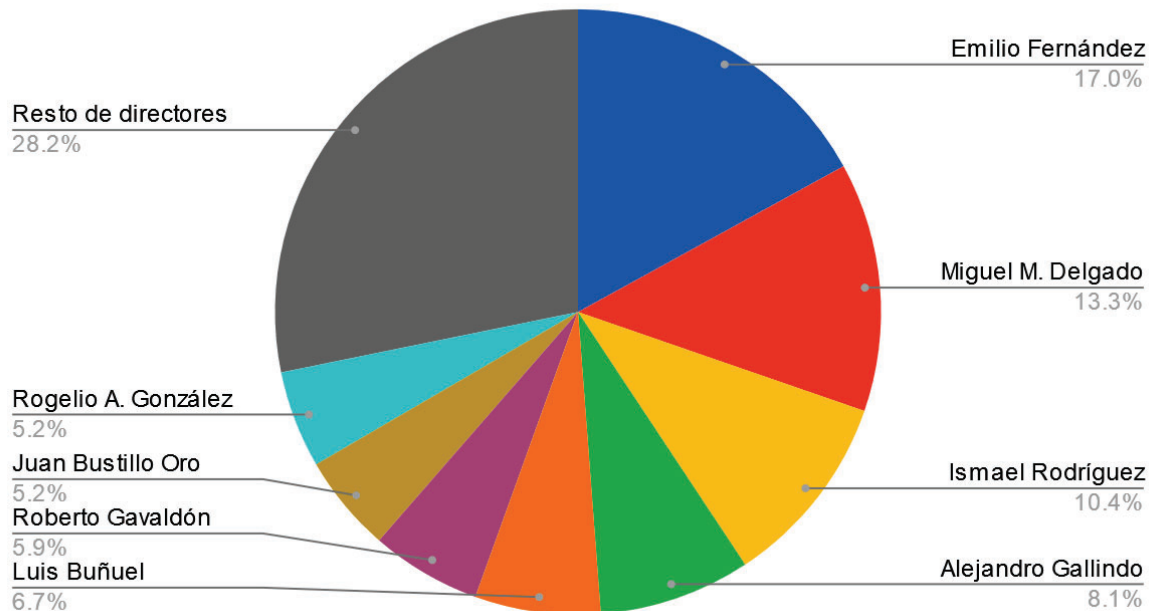
Sin embargo los cambios más importantes, que modifican significativamente la distribución, corresponde a Producciones Hermanos Rodríguez y POSA Films que elevan considerablemente sus participaciones de mercado, de 5.6% a 12.6% y de 1.6% a 12.6%, respectivamente; y que en conjunto, estaríamos hablando de un cuarto del mercado total en solo 2 empresas, en términos de la demanda. El elemento que explica estos aumentos tan importantes en las cuotas de mercado al comparar la distribución en cuanto a oferta y demanda para estas dos empresas, es el diferenciador de producto. Para el caso de Producciones Hermanos Rodríguez, el diferenciador de producto se llama Pedro Infante; y para el caso de POSA Films, el diferenciador de producto se llama Mario Moreno *Cantinflas*. Las dos máximas figuras masculinas del cine nacional son las responsables de que estas dos empresas dominasen la demanda de mercado y su vez confirma lo expuesto en el apartado 3.2, donde a mediados de la década de los 40, los actores y actrices asumen su papel como diferenciadores de producto exigiendo mayores sueldos y regalías por las ganancias generadas; y que dió origen al cisma sindical.

Como se advirtió al inicio del presente apartado, si bien, el análisis de la demanda no es el objetivo de la presente investigación, si nos ayuda a desentrañar ciertos elementos que en el análisis de la oferta no son tan evidentes, como lo expuesto previamente respecto a las dos empresas que dominaban la demanda de mercado. El caso de POSA Films, podría dar para una investigación por sí misma, pues resulta muy interesante cómo al ver a dicha empresa desde el punto de vista de la oferta, esta solo aportaba el 1.6% del producto total, pero con ello le alcanzaba perfectamente para ser la empresa más rentable de la industria, al contar con la exclusividad de Mario Moreno *Cantinflas*, que era simultáneamente, el principal activo de la empresa y su diferenciador de producto. Por otra parte, si bien Producciones Hermanos Rodríguez no tenía como tal la exclusividad de Pedro Infante, por lo que a diferencia de POSA, este no podría ser considerado como un activo de la empresa, sino sólo como un diferenciador de producto. Lo que sí tenían, era una profunda complicidad entre dicho actor y el director de cabecera de la

empresa, que era Ismael Rodríguez, formando una excelente mancuerna y que se puede entender mejor incorporando la información del siguiente gráfico 3.9.

Gráfico 3.9. Cintas de mayor éxito por Director, 1938 - 1956.

Cintas de mayor éxito por Director.



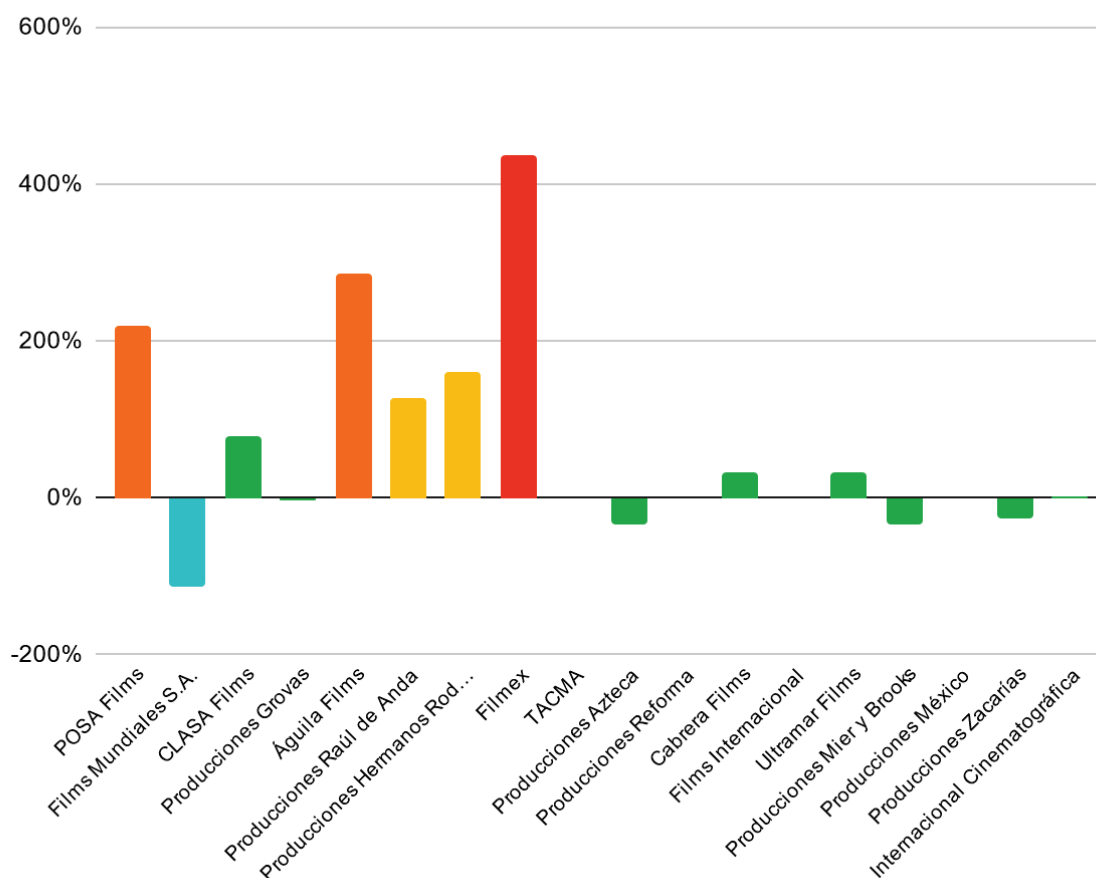
El gráfico se realizó con los mismos datos que los cuadros previamente mostrados, pero para el caso de directores. Como se explicó en el capítulo 2, una figura fundamental para la producción cinematográfica, y al mismo tiempo un diferenciador de producto, que en algunos casos, también funge como un activo más de la empresa. A lo largo del apartado 3.2, se dejó muy en claro que el Director más importante y exitoso de la época fue Emilio *el indio* Fernández junto con su amigo y colega Gabriel Figueroa; información que es corroborada por este último gráfico, en donde se muestra que el 17% de las cintas más taquilleras durante todo el periodo de estudio, fueron dirigidas por él. En este caso Emilio Fernández no tenía exclusividad con ningún Productor, ni con ningún Estudio, aunque sí trabajaba frecuentemente con empresas como Filmex y los Estudios Churubusco. El siguiente director con mayor participación en las cintas de mayor éxito es Miguel M. Delgado, que irónicamente nunca fue considerado como un gran director, sin embargo al ser empleado de POSA Films, fue él quien dirigió la mayoría de las películas de Mario Moreno “Cantinflas” y es por ello que aparece en el segundo puesto. Podría decirse

que Emilio Fernández era un gran cineasta y un artista visionario; mientras que Miguel M. Delgado era un muy buen empleado, que cumplía con las tareas que se le encomendaban. Posteriormente tenemos al ya mencionado Ismael Rodríguez, quien era el director de cabecera de Producciones Hermanos Rodríguez, que como ya se mencionó, la filmografía más importante protagonizada por el ídolo de México: Pedro Infante, lleva la firma de Ismael Rodríguez; que podría decirse que era el punto medio entre Fernández y Delgado, pues es considerado un muy buen cineasta y al mismo tiempo, como llegó a trabajar en la industria a una edad muy temprana, la conocía y entendía a la perfección. Posteriormente tenemos a Alejandro Galindo que al igual que Fernández, no tenía exclusividad con ninguna empresa o protagonistas, pero que si es considerado junto con Rodríguez y Fernández, como uno de los mejores directores mexicanos de la época de oro del cine nacional. Finalmente, para cerrar la lista en 5, tenemos al español refugiado en México Luis Buñuel, que ya venía de una importante trayectoria en Europa y cuya visión incomodó a muchos, específicamente con su cinta “Los olvidados”, cuya crudeza contrastaba enormemente con la visión romántica de los hermanos Rodríguez y el mismo Alejandro Galindo, pero que estos últimos se alinean más con las directrices establecidas por el Gobierno Federal, quien utilizó el cine como un instrumento para darse legitimidad política.

De la muestra utilizada en este último apartado, se tomó a su vez otra muestra, para realizar el siguiente y último gráfico 3.10. Donde se tomaron las cintas de mayor éxito y que se pudo obtener su respectivo presupuesto o costo de producción total. Con base en la información del apartado 3.3, se realizó una comparativa del presupuesto de estas cintas de mayor éxito comercial, con respecto al costo medio de producción, en términos de las empresas productoras.

Cuadro 3.10. Presupuesto de productores de mayor éxito, respecto al costo medio de producción, 1938 - 1956.

Presupuesto de productores de mayor éxito, respecto al costo medio de producción.



Como ya se mencionó, esta información hace referencia a las Productoras que realizaron las cintas de mayor éxito, y se presenta de forma agregada. El caso más evidente en color rojo es el de Filmex, que se podía dar el lujo de producir en promedio con costos de más de 400% por arriba del costo medio y aún así ser la empresa que produjo el mayor volumen en cuanto a la oferta total. Seguido por Águila Films que produjo en promedio con costos casi del 300% por arriba del costo medio. Ambos casos se pueden explicar porque ambas empresas produjeron cintas dirigidas por Emilio Fernández, quien elevaba mucho sus costos de producción al realizar lo que actualmente se conoce como “mega producciones”. Después tenemos a POSA Films, que como ya se dijo, en términos del producto total aportaba poco, pero su exclusividad con Mario Moreno le permitía ser perfectamente rentable y producir en promedio 200% por arriba del costo medio. Finalmente tenemos a Producciones Hermanos Rodríguez y Producciones Raúl de

Anda que producían en promedio un 100% por arriba del costo medio. Estas son las principales empresas que producían con costos muy por arriba del promedio, pero que a pesar de ello, eran la más rentables y de las cuales destacan Filmex, POSA Films y Producciones Hermanos Rodríguez, que son las que aparecen recurrentemente como las principales, sin importar el enfoque, ya sea desde el punto de vista de la oferta o de la demanda.

Conclusión

A lo largo de la presente investigación, se ha realizado un extenso recorrido, iniciando con los principios teórico-metodológicos de la organización industrial, sus principales modelos y de la competencia tanto a nivel micro como macro. Posteriormente nos adentramos en el origen y características de la cinematografía, así como de las condiciones que la legitiman como una industria, en toda la extensión de la palabra. Finalmente, el tercer capítulo se dedica al análisis micro y macro de la industria cinematográfica en México durante el periodo que va de 1938 a 1956, conocido por los estudiosos como *la época de oro del cine mexicano*.

Como se explicó al inicio de la investigación, el objetivo principal es comprender la estructura de la industria en cuestión, para poder identificar primeramente, a qué tipo de competencia económica corresponde; para posteriormente identificar a las principales empresas que operaban en la misma, así como de igual manera identificar a los titulares de las respectivas empresas; para con ello poder rechazar o aprobar la hipótesis principal y secundaria.

Para este punto de la investigación, considero, se cuenta ya con información suficiente para realizar las afirmaciones pertinentes, que nos permitan responder a las preguntas de investigación originalmente formuladas.

Como se expuso a lo largo de los capítulos, la industria cinematográfica en su cadena productiva se divide en dos tipos de empresas. La primera corresponde a los Estudios de filmación y la segunda a las Casas Productoras. A continuación se presenta el cuadro 4.a, en el que se exponen a las 5 empresas que dominaban el mercado, sus principales características así como el nombre del empresario titular

de cada empresa; a manera de respaldar la idea sobre la importancia de dichas empresas para la industria.

Cuadro 4.a. Empresas dominantes del mercado, 1938 - 1956.

Empresa	Giro	Titular de la empresa	Participación de mercado en términos de oferta	Participación de mercado en términos de demanda	Características
Estudios Churubusco	Estudio	Emilio Azcarraga	21.3%	32.6%	Inaugurados en 1945. No recibieron el apoyo de Hollywood. El mayor estudio en términos de volumen de producción y éxito comercial.
CLASA	Estudio/Productora	Alberto J. Pani	25.6%	29.6%	Principal beneficiario del Banco Cinematográfico desde 1946. Cerrados en 1957.
Filmex	Productora	Gregorio Walerstein	9.7%	10.9%	La productora más grande en términos de volumen y poder financiero. Tercera en términos de éxito comercial.
Producciones Rodríguez Hermanos	Productora	Joselito, Roberto Ismael Rodríguez	5.6%	12.6%	La segunda empresa más rentable en términos de la relación volumen de producción contra éxito comercial.
POSA Films	Productora	Santiago Reachi y Mario Moreno	1.6%	12.6%	La empresa más rentable en términos de la relación volumen de producción contra éxito comercial.
Fuente: Elaboración propia con datos E. García Riera.					

En primer lugar tenemos a los Estudios Churubusco, empresa de la que la RKO de EE.UU. poseía el 50% y Emilio Azcarraga el 50% restante. En términos de la producción total, es decir, la oferta, esta tenía una cuota de mercado del 21.3%, sin embargo en términos de la demanda, su cuota de mercado era de casi un tercio, al contar con 32.6% de este. Por el año en que fueron inaugurados en 1945, no recibieron el apoyo enviado por Hollywood durante la guerra. Sin embargo, la inversión inicial fue de tal magnitud, que inmediatamente se convirtió en el Estudio con la mejor y más moderna tecnología de la época; poniéndose por encima de sus competidores ya establecidos y que sí recibieron a los capacitadores de Hollywood. Lo que demuestra una evidente ventaja competitiva en términos del capital social de la empresa.

En segundo lugar tenemos a CLASA, que operaba en ambos lados de la industria, tanto como los Estudios CLASA, así como la Productora CLASA Films; y que contaba con una distribución bien estructurada en toda Latinoamérica, motivo por el cual en 1946, una vez cerrados los Estudios de la Nacional Productora, CLASA pasa a ser el principal beneficiario de los recursos otorgados por el Banco Cinematográfico. Esta empresa contaba con un cuarto del mercado en términos de la oferta, al tener el 25.6%; y un 29.6% en términos de la demanda. El titular de la empresa era Alberto J. Pani, el mismo que fuera Secretario de Hacienda durante los años 20 's.

Al analizar la distribución del mercado desde el punto de vista de los Estudios, queda claro que estas dos empresas son las principales, ya que en conjunto estamos hablando de casi la mitad de este en términos de la oferta y casi dos tercios, en términos de la demanda. Si a ello agregamos por un lado, la ventaja tecnológica por parte de los Estudios Churubusco, y por otro lado, la ventaja comparativa por parte de CLASA, al ser una empresa ya expandida a otros países y contar con el flujo de recursos del Banco Cinematográfico. Cabe agregar que del total de las cintas dirigidas por la mancuerna Fernández-Figueroa, que dieron al cine nacional los mayores logros y reconocimientos internacionales, el 50% fueron realizadas en los Estudios Churubusco y el 34.4% por los Estudios CLASA; es decir, que en conjunto 84.4%.

Como ya se explicó reiteradamente, al analizar el mercado desde el punto de vista de los Productores, la concentración no es tan evidente. Sin embargo, los datos presentados a lo largo de la investigación, nos dan elementos suficientes para establecer qué empresa era las dominadoras del mercado; y con la distribución y cuota de mercado de las mismas podemos determinar el tipo de competencia que operaba.

En primer lugar, en cuanto a las Productoras, y tercer lugar de toda la industria, tenemos a la empresa Filmex, encabezada por Gregorio Walerstein, apodado por algunos como *el Zar del cine*; empresa que contaba con una cuota de mercado de 9.7% en términos de la oferta y 10.9% en términos de la demanda. Produjo cintas como *Maclovía* dirigida por Emilio Fernández, con un presupuesto de 400% por

arriba del costo medio de la industria, dejando muy claro la capacidad financiera con la que contaba dicha empresa.

Continuando con las Productoras tenemos a la empresa Producciones Hermanos Rodríguez, creada y dirigida por los hermanos Joselito, Roberto e Ismael Rodríguez, que iniciaron como empleados en la industria siendo muy jóvenes, lo que les permitió conocer y entender profundamente el negocio desde sus bases y en su totalidad. En términos de la oferta, su cuota era del 5.6% del mercado; y en términos de la demanda 12.6%. Su principal diferenciador de producto fue el ídolo de México: Pedro Infante, elemento que le permitió a la empresa contar con unos de los catálogos más importantes de la filmografía mexicana y de habla hispana en general. Algunas de sus cintas, varias de las cuales figuran dentro de las más representativas de la época, fueron producidas con presupuestos de 150% por arriba del costo medio de la industria.

Finalmente, pero no menos importante, tenemos a POSA Films, dirigida por Santiago Reachi y Mario Moreno. En términos de la oferta su cuota era de 1.6% del mercado; y en términos de la demanda 12.6%. Su principal diferenciador de producto fue Mario Moreno *Cantinflas*. Un caso similar al de Producciones Hnos. Rodríguez, la principal diferencia, es que POSA Films tenía la exclusividad del personaje de *Cantinflas*. Algunas de sus cintas tenían un presupuesto de 200% por arriba del costo medio de la industria.

Estas son las principales Productoras que operaron durante el periodo de estudio. Filmex es el caso más evidente de concentración al poseer la décima parte del mercado en una industria en que se tiene registro de 78 empresas Productoras operando. Otro aspecto importante ya mencionado, es su capacidad económica al poder producir con costos muy por arriba del promedio y aún así, ser la empresa con el mayor volumen de producción, sin contar con la exclusividad de ninguna estrella o director. El caso de Producciones Hermanos Rodríguez, en términos de volumen de producción, era mediana, pero su éxito comercial la convertía en la segunda empresa más importante. Como ya se mencionó, si bien no tenía como tal la exclusividad de Pedro Infante, la mancuerna que logró formar con Ismael Rodríguez, le permitió lograr la relevancia ya mencionada. El caso de POSA Films es quizá el más llamativo, ya que era una empresa pequeña en términos de

volumen de producción, y aún sin tener a grandes realizadores dentro de sus filas; el éxito comercial logrado, la convirtió en la empresa más rentable de toda la industria.

Es por todo lo anterior que se puede hacer la afirmación de que estas 5 empresas antes mencionadas, dominaban el mercado tanto de forma individual, así como en conjunto. Queda en evidencia su respectivo poder de mercado, producto de sus respectivas ventajas comparativas y competitivas; en el entendido de que eran lo suficientemente grandes e importantes como para que sus decisiones individuales provoquen repercusiones significativas en el mercado.

Hasta ahora se ha explicado la parte medular de la investigación, que son las empresas que operaban en la industria, tanto en términos de la oferta, así como de la demanda. Sin embargo, no se puede dejar de lado el papel del Gobierno Federal para con la industria, que como ya se expuso a lo largo del capítulo 3, fue fundamental para la creación, desarrollo y consolidación de la misma. Son 4 los Presidentes cuya administración coincide con el periodo de estudio, sin embargo, solo 2 de ellos abarcaron su sexenio completo y los 2 restantes, sólo una fracción del mismo.

En orden cronológico, en primer lugar tenemos los últimos dos años del sexenio de Lazaro Cárdenas. Si bien las aportaciones presentadas a continuación, podrían no parecer muy relevantes, como se mostró en el capítulo 3, Cárdenas siendo abiertamente un cinéfilo, fue una figura fundamental para el inicio del llamado cine industrial en México, y por tanto de la época de oro. Dentro de sus principales aportaciones están: la propuesta inicial al Congreso para la creación del Banco Cinematográfico; y el decreto de que todas las salas de proyección en el país estaban obligadas a proyectar un mínimo de una cinta mexicana al mes.

Continuando con el sexenio de Manuel Ávila Camacho, quien es sin duda alguna uno de los Presidentes que más estuvo involucrado dentro de la industria. Dentro de sus aportaciones destaca: la creación del Banco Cinematográfico; la reducción de impuestos a las salas que exhibían cine nacional; eliminó totalmente los impuestos a la importación de insumos para la industria y se realizó el convenio con Hollywood para que la mano de obra desplazada por la guerra, viniera a capacitar a los

trabajadores de la industria nacional, así como el acuerdo comercial para la importación de celuloide; también aprobó la coexistencia de 2 sindicatos dentro de la industria, dando poder absoluto al nuevo sindicato encabezado por Mario Moreno y Jorge Negrete. Es importante mencionar que la mayoría de las cintas más representativas del cine mexicano tanto en el mercado de habla hispana, así como en otros mercados, fueron realizadas durante este sexenio, al grado que varios estudiosos argumentan que este sexenio delimita el periodo cumbre de la época de oro del cine nacional.

Continuando con el sexenio de Miguel Alemán, quien también estuvo bastante involucrado en la industria. En el anexo se presentan dos fotografías de la época, donde se ve al Presidente Alemán en un banquete, en compañía de personalidades de la industria como Mario Moreno, Jorge Negrete y Gabriel Figueroa. Dentro de sus principales aportaciones son: la reforma al Banco Cinematográfico, dejando a CLASA como el principal beneficiario y aumentó los fondos del mismo; la Ley cinematográfica expuesta en el capítulo 3; el veto a Luis Buñuel por su cinta *Los olvidados*, que mostraba una realidad del país totalmente opuesta a las directrices establecidas desde los Pinos. También es el periodo en que el volumen de producción se disparó, alejándose por completo y definitivamente de sus principales competidores España y Argentina.

Finalmente, para cerrar el periodo, tenemos los primeros 4 años del sexenio de Adolfo Ruiz Cortines. Periodo caracterizado por la transición al cine a color, de igual manera la transición a la televisión y el declive de la industria en cuanto a la calidad mostrada en los sexenios anteriores. Dentro de sus principales aportaciones están: el Plan Garduño que no entró en vigor, pero presentaba propuestas muy interesantes; también reformó el Banco Cinematográfico, aumentando líneas de crédito y bajando la tasa de interés; por un tiempo se permitió los desnudos explícitos dentro de las cintas.

Como primera conclusión general, es evidente que el tipo de competencia a la que corresponde la organización de esta industria, es el oligopolio. En donde ya se demostró que 5 empresas tanto en conjunto como de forma individual, contaban con una cuota de mercado lo suficientemente grande e importante, como para que sus decisiones individuales repercuten de manera significativa en el mismo. De igual

manera, se expuso a lo largo del capítulo 3 que las mercancías generadas por esta industria, las películas, fueron un producto de exportación; en ese sentido, continuando con el mismo argumento. La oferta de cintas generada por estas 5 empresas, fueron fundamentales para desplazar a la oferta generada por otros países cuyas respectivas industrias competían directamente con la industria mexicana, España y Argentina, principalmente; en otros mercados de habla hispana y otras lenguas. Todo ello refuerza la idea de que la industria cinematográfica mexicana de la época de oro, se puede explicar en gran medida, únicamente enfocados en los productos e ingresos generados por estas 5 empresas.

Por el lado del Estado, también ha quedado demostrado que los Presidentes en turno fueron piezas clave para el desarrollo de la industria, no solo como reguladores, sino también participando activa y directamente tanto en la parte de la organización y financiación, así como en establecer la narrativa que la industria en general debía seguir. En otras palabras, la producción de cine de ficción en México durante el periodo de estudio, no solo funcionó como actividad económica, sino que también fue una herramienta del Gobierno Federal para establecer la narrativa sociopolítica del país.

El ejemplo más claro de todo lo anterior es la política de puertas cerradas, permitida por el Gobierno Federal y que dió a los principales productores, actores, directores y dirigentes de los sindicatos, poder absoluto sobre la industria. Reforzando así el poder económico y político de las empresas que dominaban la misma, excepto por los temas y enfoques que estaban permitidos, estos seguían siendo dictados desde Los Pinos.

A continuación se presenta el cuadro 4.b con los nombres y funciones de las personas que dirigían la industria:

Cuadro 4.b. Dirigentes de la industria por nombre y función.

Dirigentes de la industria por nombre y función	
Emilio Azcarraga	Empresario
Gregorio Walerstein	Empresario
Joselito, Roberto e Ismael Rodríguez	Realizadores y empresarios

Santiago Reachi	Empresario
Mario Moreno	Actor y empresario
Alberto J. Pani	Funcionario público y empresario
Lazaro Cárdenas	Presidente
Manuel Ávila Camacho	Presidente
Miguel Alemán	Presidente
Adolfo Ruíz Cortines	Presidente
Fuente: Elaboración propia con datos E. García Riera.	

Con toda la información presentada a lo largo de la investigación, pasamos a determinar el estatus de la hipótesis formulada al inicio, la cual es:

La producción fílmica nacional durante los años de la llamada época de oro, propició la formación y consolidación de un oligopolio empresarial que recibió el poder absoluto por parte del Gobierno Federal.

En mi opinión y con base en la evidencia, esta hipótesis queda demostrada como cierta. Un pequeño grupo de personas lograron situarse en una posición de poder dentro de la industria, al grado que en la actualidad, algunos de los apellidos presentados siguen apareciendo en posiciones de poder dentro de la producción audiovisual y la élite política del país.

En cuanto a la hipótesis secundaria, la cual es:

El Gobierno Federal en colaboración con los empresarios líderes de la industria, utilizaron este medio para establecer la identidad nacional y el discurso político del México post-revolucionario.

Si bien, al ver las cintas más importantes del periodo, es evidente la correlación entre los personajes mostrados por el cine, y los roles sociales y familiares observados dentro de la sociedad mexicana; pienso que para hacer una afirmación contundente sobre ello, se requeriría de un detenido análisis sociológico del cine, el cual no se incluye en la investigación; es por ello que, en mi opinión, queda parcialmente demostrada como cierta.

Para cerrar, quisiera decir que esta investigación deja en evidencia que el cine de la época es un testimonio visual de la realidad del país, a pesar de que nos enfocamos

en el cine de ficción. Lo cierto es que las buenas películas, nos ofrecen propósitos y significados profundos de la experiencia humana, de la misma forma en que lo hacen los buenos libros o los buenos manuales. Si se respeta la literatura de grandes autores como Dostoyevski, Borges o Hemingway. ¿por qué no respetar el cine con la misma pasión? Acaso alguien se atrevería a negar, por ejemplo, que *Los Olvidados* de Luis Buñuel, no nos ofrece un panorama de emociones y un profundo entendimiento de las situaciones precarias que enfrentan los desposeídos, sin importar la latitud en la que se encuentren. ¿Alguien se atrevería a negar que dicha obra posee el mismo valor histórico, humano y artístico que *Los Miserables* de Víctor Hugo? Las obras de directores como Fernández, Bracho, Rodríguez o Galindo, son tan útiles para comprender la vida del México post-revolucionario, como lo son Platón o Aristóteles para conocer y entender la Grecia clásica. Personajes como *Pepe el toro*, *María Candelaria* o *Cantinflas*, a pesar de que no hayan existido como personas reales, nos ofrecen un mar de oportunidades de aprendizaje para quienes no vivimos en esa época. ¿Es incorrecto que al pensar en personajes importantes de la historia como José María Morelos y Pavón, lo hagamos imaginado con el rostro de Domingo Soler? Gracias a la cinta de Contreras Torres. Durante décadas, la imagen que el país tenía de sí mismo, así como la imagen que otros países tenían de México, era el producto de las imágenes proyectadas por el cine. Porque el cine es el arte de las masas, desde la persona más letrada hasta la más analfabeta puede disfrutar y aprender de él. Es ahí donde radica la importancia de esta industria cultural, y al mismo tiempo donde radica su peligrosidad. Pues quien controla la industria, tiene el poder de influir en las ideas y decisiones de las masas que lo consumen. Me gustaría cerrar este texto con una frase célebre del director más importante del cine mexicano, Emilio Fernández y que resume a la perfección esta reflexión final: *“Solo existe un México. El que yo inventé.”*

Bibliografía

Baczko, Bronislaw. *Los imaginarios Sociales. Memorias y esperanzas colectivas*. Buenos Aires, Argentina: Ediciones Nueva Visión, 1991.

- D'Lugo, Marvin. 2002, Carlos Monsivaís: *Escritos sobre el cine y el imaginario cinematográfico*. Revista Iberoamericana, Núm. 199, 283-301.
- Sadoul, Georges. *Historia del cine mundial*. México: Siglo XXI, 1972.
- Muñoz, Blanca. *La deseducación: Comunicación de masa y control ideológico en las sociedades globalizadas*. Critical Journal of Social and Juridical Sciences, vol. 14, núm. 2, 2006.
- Ayala Blanco, Jorge. *La búsqueda del cine mexicano*. México: UNAM, 1986.
- Martínez Assad, Carlos. *La ciudad de México que el cine nos dejó*. Océano, 2010.
- Smith, Adam. *Investigación sobre la naturaleza y causas de la riqueza de las naciones*. FCE, 2014.
- Ricardo, David. *Principios de economía política y tributación*. FCE, 2014.
- Marx, Karl. *El capital. Crítica de la economía política*. FCE, 1972.
- Cabral, Luis. *Economía Industrial*. McGraw Hill, 1997.
- Tirole, Jean. *La Teoría de la Organización Industrial*. Ariel. 1990.
- Church, Jeffrey y R. Ware. *Industrial Organization: A Strategic Approach*. McGraw Hill, 2000.
- Ferguson C.E. *Teoría microeconómica*. FCE, 1974.
- Mankiw, Gregory. *Microeconomía*. Cengage Learning, 2014.
- Tarziján, Jorge y Ávalos, Marcos. *Organización industrial para la estrategia empresarial*. Pearson. 2006.
- Labini, Sylos. *Oligopolio y progreso técnico*. Oikos-Tau SA, 1966.
- Lara, Hugo. Revista Cinemanía Mayo 1999. No 32;
- Bazin, André. *¿Qué es el cine?* Madrid: Rialp, 1990.
- Gomezjara, Francisco. *Sociología Del Cine*. México: Biblioteca S.E.P., 1973.
- Altman, Rick. *Los géneros cinematográficos*. Paidós Comunicación, 2000.
- Andrew. J. Dudley. *Las principales teorías cinematográficas*. España: Editorial Gustavo Hill S.A, 1995.
- Aumont, Jacques. Michel Marie. *Análisis del film*. Barcelona: Ediciones Paidós, 1990.
- Barbachano, Carlos. *El cine, arte e industria*. Barcelona: Salvat, 1973.
- Cabezón, Luis A. Felix Gómez-Urdá. *La producción cinematográfica*. Madrid: Ediciones Cátedra, 1999.
- D'Yvvoire, Jean. *El cine redentor de la realidad*. Madrid: Ediciones Rialp S.A, 1960.

- Feldman, Simon. *La composición de la imagen en movimiento*. Barcelona: Editorial Gedisa, 2001.
- Martin, Marcel. *El lenguaje del cine*. España: Gedisa, 2002.
- McKee, Robert. *Story, substance, structure, style and the principles of screenwriting*. United States: Harper Collins, 1997.
- Parkinson, David. *History of Film*. USA: Thames and Hudson, 1995.
- Pope, Thomas. *Good Scripts, Bad Scripts*. New York: Three Rivers Press, 1998.
- Sánchez Noriega, José Luis. *Historia del Cine. Teoría y géneros cinematográficos*. Madrid: Alianza Editorial, 2002.
- Sánchez Noriega, José Luis. *De la literatura al cine*. Barcelona: Ediciones Paidós, 2000.
- Guback, Thomas H. *La industria internacional del cine*. España: Fundamentos, 1980.
- Casetti, Francesco. *Teorías del cine*. Madrid: Cátedra, 1994.
- García Jiménez, Jesús. *Narrativa audiovisual*. Madrid: Cátedra, 1993.
- Gaudreault, André y Francis Jost. *El relato cinematográfico*. Barcelona: Paidós, 1995.
- Guerín, Anne-Marie. *El relato cinematográfico*. Barcelona: Paidós, 2004.
- Guinferrer, Pere. *Cine y literatura*. Madrid: Seix Barral, 2000.
- Mariniello, Silvestre. *El cine y el fin del arte*. Madrid: Cátedra, 1992.
- Truffaut, François. *El cine según Hitchcock*. Madrid: Alianza Editorial, 1984.
- Martin, Marcel. *El lenguaje cinematográfico*. Barcelona: Gedisa, 1990.
- McKee, Robert. *El guión*. Barcelona: Alba Editorial, 2003.
- Stam, Robert. *Teorías del Cine*. Barcelona: Paidós, 2001.
- Ramírez, Gabriel. *El cine de Griffith*. México: Ediciones Era, 1972.
- Del Moral, Fernando. *Cronología del cine mexicano*. UNAM. 2012.
- Martinez Gomez, Raciél. *De paseo por el cine: un estado del arte para el análisis fílmico*. México: Universidad Veracruzana, 2016.
- Lozoya, Jorge Alberto. *Cine Mexicano*. España: Lunwerg editores, 1992.
- Ayala Blanco, Jorge. *La aventura del cine mexicano*. México D.F.: Grijalbo, 1996.
- Mouesca, Jacqueline. *Erase una vez el cine: diccionario-- realizadores, actrices, actores, películas, capítulos del cine mundial y latinoamericano*. Lom Ediciones: 2001.

- Monsiváis, Carlos y Carlos Bonfil. *A través del espejo: el cine mexicano y su público*. México D.F.: Ediciones el Milagro Instituto Mexicano de Cinematografía, 1994.
- García Riera, Emilio. *Historia documental del cine mexicano*. 1-9 vols. México: Universidad de Guadalajara, 1993-1997.
- García Riera, Emilio. *Breve historia del cine mexicano: primer siglo (1897- 1997)*. México D.F.: CONACULTA IMCINE, 1998.
- García Riera, Emilio. *Época de oro del cine mexicano*. México: SEP, 1986.
- Burton, Julianne. *Cinema and Social Change in Latin America*. Austin: University of Texas Press, 1986.
- Moreno Brizuela, Dora Eugenia y Rosa Adriana Vázquez Gómez. *Políticas cinematográficas*. México D.F.: UNAM, 1983.
- Reyes, Aurelio de los. *Medio Siglo De Cine Mexicano 1896 - 1947*. México: Trillas, 1987.
- Reyes de la Maza, Luis. *El cine sonoro en México*. México: UNAM. 1973.
- Heuer, Federico. *La industria cinematográfica mexicana*. México: Policromía, 1964.

Índice general.

Capítulo 1. El oligopolio.....	4
1.1 Sobre el valor.....	4
1.1.1 Diferentes formas de valor.....	4
1.1.2 Sobre la mercancía.....	7
1.1.3 Sobre el capital.....	8
1.1.4 Sobre la renta.....	9
1.1.5 Sobre el trabajo.....	10
1.1.6 El excedente y la ganancia.	11
1.2 De la empresa.....	12
1.2.1 Costos de transacción y empresa.....	13
1.2.2 Crecimiento de la empresa.....	14
1.2.3 Marco Institucional.....	15

1.3 La competencia.....	16
1.3.1 La competencia internacional.....	19
1.3.2 Grado de competencia.....	20
1.4 Barreras a la entrada.....	21
1.4.1 Barreras legales.....	22
1.4.2. Barreras naturales.....	22
1.4.3. Barreras estratégicas.....	23
1.4.4. Precios como barrera.....	24
1.5 Competencia en Oligopolio.....	24
1.5.1 Modelos de oligopolio en conducta cooperadora o colusión. .	25
1.5.2 Modelos de oligopolio en conducta no cooperadora o sin colusión.....	26
1.5.2.1 El caso de Cournot.....	27
1.5.2.2 El caso de Stackelberg.....	27
1.5.2.3 El caso de Bertrand.....	28
Capítulo 2. De la industria cinematográfica.....	30
2.1 El cine.....	30
2.2. Nacimiento de un nuevo arte.....	31
2.2.1 El origen remoto metafórico del cine.....	31
2.2.2 El origen remoto estético del cine.....	32
2.2.3 El origen próximo del cine.....	33
2.2.4 El origen literario del cine narrativo.....	35
2.3 Géneros cinematográficos.....	36
2.4 El cine como industria.....	37
2.5 El papel del público en el aspecto comercial del cine.....	43
2.6 El proceso de producción cinematográfica.....	45
2.6.1 Pre Producción.....	46

2.6.2 Producción.....	49
2.6.3 Post Producción.....	51
2.7 “Estrellas” y premios como elementos de mercadotecnia y diferenciadores de producto.	53
Capítulo 3. De la industria cinematográfica en México 1938 - 1956.....	56
3.1 El cine pre-industrial en México.....	56
3.2 La industria cinematográfica en México y la época de oro.....	61
3.3 Los costos de producción.....	86
3.4 Los estudios de filmación en la producción total.....	87
3.5 Los productores en la producción total.....	91
3.6 Los índices de la industria.....	92
3.7. La demanda y éxito comercial de la industria.....	94
Conclusión.....	109
Anexos.	