

Reseña de Libro

Anuario Estadístico de Cine Mexicano. Mexican Cinema Statistical Yearbook 2010. Área de Investigación Estratégica, Análisis y Prospectiva. Distrito Federal, México: Instituto Mexicano de Cinematografía

Lucila Hinojosa Córdova

Universidad Autónoma de Nuevo León

El Anuario Estadístico de Cine Mexicano 2010, editado por el Instituto Mexicano de Cinematografía, es un documento de gran valor que, como lo dice Marina Stavenhagen, Directora General del Instituto en su presentación, recoge información valiosa que permitirá ahondar en torno a diversos aspectos del quehacer cinematográfico en México.

El Anuario consta de nueve capítulos, escritos en un lenguaje claro, preciso y sencillo, a través de los cuales nos ofrece un panorama acerca de las variables que afectan a la distribución y exhibición cinematográficas; su infraestructura y festivales en los que participa; la producción; la presencia del cine nacional en la televisión mexicana; el cine mexicano en DVD; el cine mexicano en Internet; en el extranjero; algunos resultados de la Encuesta Nacional de Consumo y Percepción del Cine Mexicano; y un recuento estadístico de la industria cinematográfica en México de 1910 a 2010.

De la distribución y exhibición cinematográficas se destaca que, en el 2010, tanto los ingresos como la

asistencia llegaron a los niveles más altos de la década. En ese año, se exhibieron 521 películas, de las cuales el 60% fueron estrenos que acapararon el 94% de la asistencia. La presencia de las películas estadounidenses siguen dominando nuestras pantallas. Estados Unidos estrenó el 56% de películas de la programación, con lo que concentró el 90.5% de la asistencia, mientras que los estrenos nacionales sólo constituyeron el 18% de la programación total, con un 6% del total de los espectadores de cine del 2010. Los espectadores de cine nacional disminuyeron de 12.4 millones en 2009 a 11.5% en el 2010.

Como en años anteriores, las distribuidoras transnacionales se llevan la mayor parte de los ingresos en taquilla; este 2010 significó el 81% de los ingresos, 3% más que en el 2009. De las 56 películas mexicanas estrenadas ese año, tres fueron distribuidas por las filiales estadounidenses pertenecientes a la MPAA, con lo cual obtuvieron el 35% de los ingresos del cine nacional. En este rubro de la exhibición existe una gran concentración, ya que sólo dos empresas

recaudaron el 87% de los ingresos totales del mercado en México.

A pesar de ello, en el 2010, la comedia romántica *No eres tú soy yo*, fue la película mexicana con mayor asistencia e ingresos en taquilla, 2.9 millones de asistentes y 125.6 millones de pesos. Esta película entró en la lista de las 10 películas más taquilleras del cine nacional, ocupando el lugar número 8, después de *El crimen del Padre Amaro*, *Una película de huevos*, *Y tu mamá también*, *Amores perros*, *Km 31*, *Una película de huevos y un pollo*, *Rudo y Cursi*. La segunda película más taquillera en el 2010 fue *El Infierno*.

De acuerdo a los datos que arroja el Anuario, el Distrito Federal fue el Estado con mayor asistencia al cine en el 2010, con 55.1 millones, seguido por Nuevo León con 15 millones. En cuanto a la asistencia a los estrenos de cine mexicano, después del Distrito Federal, Nuevo León se ubicó en segundo lugar junto con Jalisco, lo que posiciona a Nuevo León como una buena plaza para el cine en general y el mexicano, en particular.

En cuanto a la infraestructura cinematográfica, se menciona que existen 4,818 pantallas a nivel nacional, donde el Distrito Federal, el Estado de México y Nuevo León son las entidades con mayor número de pantallas. También Nuevo León figura entre los cuatro estados con un 75% de su población con cine en su municipio.

En los últimos cinco años, la producción de largometrajes nacionales se ha mantenido en un promedio de cerca de 70 películas por año, gracias en su mayor parte a los apoyos federales. Otros datos interesantes de la producción del 2010

son que el 80% fue cine de ficción (con un 15% de animación); el 50% fueron óperas primas (un 30% más que en el 2009); el 20% fueron producidas por mujeres (100% más que en el 2009); y de las 69 producidas en el 2010, 10 fueron coproducciones con otros países, en mayor número con España. En el 2010 se produjeron 409 cortometrajes; el 75% fue del género de ficción; el 88% en formato digital; y TV Azteca con un 44% y Televisa con el 33% se ubicaron como las mayores productoras de series de televisión a nivel nacional.

El cine mexicano se mantiene presente en el imaginario de los mexicanos debido en buena parte a su transmisión por televisión. Según datos de la Encuesta Nacional de Consumo y Percepción del Cine Mexicano, realizada por el IMCINE en el 2010, el 73% de los encuestados contestó que veía películas en televisión abierta, mientras que el 54% por televisión de paga.

Una gran aportación de este Anuario Estadístico a la investigación es el que corresponde al cine mexicano en DVD, ya que ésta es un área de estudio de la que no se cuenta con mucha información especializada.

El DVD es uno de los principales medios de acceso al consumo de películas en el país; el IBOPE, citado en el Anuario, señala que el 75% de los hogares cuenta con un aparato, mientras que en la Encuesta Nacional de Hábitos, Prácticas y Consumo Culturales 2010 del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes se menciona que el 64% de los encuestados dijo contar con DVD en su casa. Ante los problemas estructurales que tienen las películas mexicanas para insertarse en el mercado de las salas de

cine en el país, el DVD se convierte en una alternativa para la circulación y consumo de películas nacionales. Desgraciadamente, el equipamiento de aparatos de DVD con el que cuentan los hogares en México hace propicio un consumo masivo que, en buena parte, lo cubre la oferta no legal de venta y renta, junto con las descargas por Internet y las nuevas perspectivas que ofrecen los sistemas digitales, lo que convierte al DVD en un mercado marginal para el consumo.

Rudo y Cursi fue la película más rentada en el 2009 y en el 2010 fue *Recién Casado*. La película de *El Estudiante* fue la segunda con mayores rentas en este año y la única mexicana entre las 20 con mayores ventas en el 2010. También *El Estudiante* se ubicó en el tercer lugar de las 20 más vendidas en el 2009, después de *Arráncame la vida* y *Otra película de huevos y un pollo*.

Internet es uno de los principales medios a través del cual se está configurando un nuevo paradigma en la distribución de materiales audiovisuales a nivel global. La interactividad, tanto en sentido vertical como horizontal entre usuarios y consumidores, permite que se desarrollen nuevos patrones de consumo y práctica cultural en torno a los productos audiovisuales. El incremento en la disponibilidad de acceso, el número de usuarios y el tiempo de conexión, abre posibilidades todavía no muy exploradas para promover el visionado de películas mexicanas.

Entre los datos que arroja el Anuario acerca de Internet y el cine mexicano destaca el que de los estrenos nacionales en las salas de cine en el 2010, alrededor del 50% estaban disponibles en

Internet, aunque menos de la mitad de ellas no lograran verse o descargarse. Otro dato interesante es que, en ciertos casos, algunas películas tuvieron mayor número de descargas que asistentes a las salas de cine durante su estreno comercial, ejemplo *Paradas continuas*, que contabilizó más de 215,000 descargas en el 2009 y que aparece en el Anuario como la tercera de mayores rentas en el 2010 a nivel nacional, pero no aparece en las Top Ten 2000-2010 de películas con mayor asistencia. *El Infierno* fue la película con mayor número de descargas en el 2010 y la segunda más taquillera a nivel nacional. También fue la del primer lugar en películas mexicanas estrenadas en el 2010 con tráiler en YouTube.

El cine mexicano tiene una importante presencia internacional a través de los festivales cinematográficos. Su penetración se vincula a los premios obtenidos, el régimen de coproducción y el impacto publicitario, además de la calidad de las cintas. El 2010 fue un gran año para el cine mexicano en los festivales internacionales, al obtener 60 premios para las películas apoyadas por el Estado. Destacó la presencia de la película *Biutiful*, dentro del Festival de Cannes, que obtuvo el premio al Mejor Actor. *Rudo y Cursi* fue la película con mayor número de estrenos en el extranjero en el periodo 2009-2010. En el 2009 fue Estados Unidos el mercado más importante para las películas mexicanas y en el 2010 fueron los países europeos.

En 2010, el IMCINE llevó a cabo la Encuesta Nacional de Consumo y Percepción de Cine Mexicano, para medir el gusto y opinión del espectador mexicano frente a su cinematografía y al cine de Hollywood. En este estudio se

cuantifican la proporción y frecuencia de consumo de películas en el país; la modalidad del visionado; frecuencia de asistencia al cine; factores que inciden en la selección de la película; preferencia por género; valoración del cine mexicano; comparativo en relación con las películas de Hollywood; qué películas mexicanas recomendarían; frecuencia de consumo de películas piratas.

Finalmente, en la última parte se presenta una serie de gráficas que representan las películas mexicanas producidas y estrenadas de 1910 a 2010, así como de las películas con mayor número de semanas en cines de 1912 al 2000.