

LA PRODUCCIÓN DEL CINE MEXICANO CONTEMPORÁNEO ANTE LOS NUEVOS PROCESOS DE COMUNICACIÓN

Yolanda Mercader Martínez

*L*a historia reciente del cine mexicano ha sido una crisis recurrente cruzada por breves periodos de renovación, pero el nuevo milenio ha traído un “resurgimiento” caracterizado por la producción de películas con presencia en las pantallas cinematográficas, conquistando a la audiencia nacional y en algunos casos a la internacional. Durante esta última década, nuevos desafíos y oportunidades han colocado al cine mexicano en una nueva situación con múltiples transformaciones.

La visita a las salas cinematográficas en México ha tenido un repunte en las taquillas, por lo que México es uno de los mayores consumidores de cine. Se considera que cada mexicano asiste 2.16 veces por año. En cuanto al consumo de cine

nacional, también ha ido en aumento: en el 2012, la asistencia era de 5%; en 2013 aumentó a 13%, es decir, se duplicó la asistencia para ver películas nacionales favoreciendo la producción de filmes mexicanos.¹

La producción cinematográfica actual está sujeta a condiciones muy específicas: las relaciones entre filmes, productores y consumidores de cine se reconfiguran dentro de la llamada *cultura de la convergencia*, donde el cine tiene que integrar nuevos formatos, lenguajes y estrategias discursivas de los medios de comunicación masiva emergentes en sus producciones para poder sobrevivir, lo que da lugar a nuevos procesos de comunicación social.

Con el surgimiento y la popularización de los nuevos medios de comunicación se ha abierto un proceso de innovación cultural y social que interrelaciona el cine, el público y que afecta también a los contenidos. La influencia de las tecnologías digitales en la cultura contemporánea ha dado lugar también a tipos de narraciones que dan cuenta de una nueva forma de ver y comprender el mundo que nos rodea. Sin embargo, el surgimiento de estos en el ecosistema no ha desplazado a los medios anteriores, sino que conviven y se mezclan dando lugar a novedosas formas caracterizadas por la hibridación formal y discursiva.

Por ello se hace necesario hacer una reflexión sobre las perspectivas que ofrece el actual cine mexicano, para poder ubicar las características de la producción cinematográfica nacional y con ello permitir el desarrollo de la investigación para analizar las posibilidades de encuentro, creación y apropiación de los discursos cinematográficos nacionales.

1 Agustín Torres, "Aumenta la visita a las salas cinematográficas", *Excélsior*, 19 de junio 2016, p. 9.

Periodos de transformación/transición

La industria cinematográfica nacional ha pasado por diferentes etapas a partir de mediados del siglo xx, que han marcado una transformación en las formas de producción del cine mexicano: la primera de ellas es el nacimiento del cine independiente en 1953 con la introducción de los equipos de cine semiprofesionales (8 mm y 16 mm) que hicieron su entrada en el mercado al mismo tiempo que el cine de Hollywood se complicaba con el cinemascopio y el sonido estereofónico. Esta tecnología destinada principalmente al aficionado, pronto fue aprovechada por cineastas profesionales, quienes encontraban en ella una herramienta para poder hacer cine a bajo costo. *Raíces* (1953), de Benito Alazraki, significó la primera incursión del cine mexicano con una nueva forma de producción cinematográfica independiente de las grandes compañías productoras.

A principios de los años sesenta, una nueva generación de críticos mexicanos de cine comenzó a hacer notar públicamente la necesidad de renovar las prácticas de una industria moribunda, donde ellos no se sentían obligados a defender al cine mexicano por simple nacionalismo; además, el público había cambiado debido al acceso a otros productos fílmicos, fundamentalmente el cine europeo que se exhibía en las pantallas del país. En este periodo de renovación se destaca la convocatoria realizada por el Sindicato de Trabajadores de la Producción cinematográfica (STPC) al “Primer concurso de cine experimental de largometraje”, del cual, con la participación del CUEC, de los cineclubs y del grupo “nuevo cine”, surgieron propuestas frescas e interesantes.² Las producciones tienen calidad y los con-

2 Emilio García, *Breve historia del cine mexicano. Primer siglo, 1987-1997*, México: CONACULTA, 1998, p. 76.

tenidos dan una nueva perspectiva, pero “los jóvenes directores no pueden ingresar a la industria, porque nadie los contrata”.³

El surgimiento de un “nuevo cine mexicano” fue durante el sexenio de Luis Echeverría, donde el Estado se encargó del financiamiento de la producción, distribución y exhibición, preservación y enseñanza del cine. Se presentaron producciones de calidad en el contenido y estéticamente, pero fueron todas ellas fracasos de taquilla. Luego, en el sexenio de Carlos Salinas de Gortari se presenta “el nuevo cine”, dentro de la crisis neoliberal, donde la producción del cine se agudiza y el control del cine se traslada a CONACULTA. El gobierno rompió un esquema de más de cincuenta años en la relación cine-gobierno, que estaba considerado al mismo nivel que la radio y la televisión. Sin embargo, el proyecto del cine se centraba en crear circuitos alternos de exhibición para las películas mexicanas de calidad; apoyar el trabajo de las escuelas de cine; producir y coproducir una decena de películas al año; participar en festivales internacionales de cine y conservar los estudios Churubusco y América; se favoreció a las coproducciones y con ello inicia la atracción del espectador nacional y la incursión de nuevos directores, entre ellas, a las del sexo femenino.

A partir de 1995, la expectativa de la producción del cine mexicano se ha cifrado en las nuevas generaciones. Los jóvenes realizadores han tenido que integrarse a los nuevos sistemas de exhibición y distribución, donde hay que competir con éxito en los agresivos mercados internacionales. Los nuevos actores combinan el atractivo de las estrellas con habilidades histriónicas y las nacientes formas de consumo. El público, cada vez más joven, ha sido el objetivo del cine mexicano. Así

3 Enrique Sánchez Ruiz, “La industria cinematográfica del TLCAN: Del mercado libre a las políticas públicas”, en Néstor García Canclini, Ana Rosas Mantecón y Enrique Sánchez Ruiz (coords.), *Situación actual y perspectivas de la industria cinematográfica en México y en el extranjero*, Guadalajara: Universidad de Guadalajara, 2006, p. 61.

se inicia un “resurgimiento” del cine mexicano que desea ofrecer una alternativa importante con variadas opciones culturales que satisfagan a los gustos fragmentarios del nuevo espectador cinematográfico.

Uno de los elementos fundamentales para el desarrollo actual del cine mexicano ha sido la nueva forma de exhibición y distribución del cine, pues el mercado cinematográfico ha cambiado, la evolución de las salas cinematográficas se ha transformado, desaparecieron las grandes áreas de exhibición por salas pequeñas que se adaptan a las preferencias del consumidor.

Otro factor que debe considerarse en la producción cinematográfica actual son los soportes de exhibición, los cuales alteraron a las audiencias a partir de la incorporación del videocasete, Laserdisc, DVD, Blu-ray, que afectó a la exhibición del cine porque el público dejó de asistir a las salas, fenómeno que había sido iniciado por la TV, luego con la video renta y ahora con la exhibición en las plataformas digitales.

La producción cinematográfica contemporánea ha tenido que incursionar en nuevas políticas para su expansión: la participación en festivales ha sido uno de los detonantes en casi todas las producciones del nuevo milenio, ya que permite a los cineastas dar a conocer sus películas y, a la vez, tener acceso a un mercado internacional. Hoy en día los festivales son los escaparates que contribuyen a difundir, a crear de públicos y promocionar la cultura cinematográfica, además de ampliar el mercado de los filmes. En este momento de procesos globalizados, los festivales son parte del proceso fílmico porque provocan un impacto económico, social y cultural, tanto para la industria cinematográfica como para la sociedad en general. Por ello los nuevos directores presentan sus películas en festivales y después las exhiben en México, de tal forma que muchas veces se reconoce al cine mexicano en el exterior, pero no dentro del territorio nacional.

Los festivales representan un espacio que amplía la oferta cinematográfica dando salida a películas mexicanas que, en las circunstancias actuales del mercado, no podrían ser difundidas y exhibidas; sin embargo, debido a su exposición en festivales, llegan a nuestras pantallas y se permite la expansión de las audiencias. Es una forma en que los nuevos realizadores han encontrado una forma para promover sus óperas primas, así como conseguir coproductores, distribuidores o ventas en el extranjero.

El cine mexicano, al participar en los festivales, admite una nueva posición empresarial basada en relaciones de negocios globalizados, intercambio de ideas, experiencias, opiniones entre el gremio y el público, que fomenta una reflexión y crítica cultural cinematográfica, estética y política.

El cine mexicano actual

La producción cinematográfica en México, en esta última década, se ha enfrentado a nuevos desafíos y oportunidades, condiciones novedosas y también riesgos, dando un nuevo cauce a la producción, distribución y exhibición del cine, donde se destacan algunas inclinaciones específicas. Cabe señalar que no se trata de hacer una tipificación del cine mexicano actual, sino señalar algunas de las tendencias con mayor constancia dentro de la producción cinematográfica, hablaremos de ellas a continuación.

Primera inclinación: cine al grito de Hollywood

A partir de 1995, las nuevas películas mexicanas empezaron a tener presencia en el extranjero gracias al video, que ayudó a la difusión, pues las salas cinematográficas eran insuficientes; así, la videocasetera ayudó al proceso de recuperación del gusto

por el cine mexicano y con ello el mercado comercial. A partir de ese momento algunos directores, cinefotógrafos, actores, guionistas, diseñadores, vestuaristas, etc., que realizaban alguna producción exitosa en México, se dieron a conocer por medio del videocasete en México y en el extranjero, lo que permitió que las productoras de Hollywood se interesara en ellos y se inicia la emigración.

Estas películas no son producciones nacionales ni hacen referencia al país, son filmes para el consumo masivo internacional, con grandes presupuestos y actores del *star system*, todo ello garantiza una amplia distribución y un reconocimiento internacional. Este apoyo de la mercadotecnia hollywoodense se ha traducido en premios o reconocimientos honoríficos, como ejemplo, podemos señalar a los directores Alfonso Arau, Guillermo del Toro, Carlos Cuarón, Alejandro González Iñárritu; actores como Adriana Barraza, Gael García, Diego Luna; los cine fotógrafos Emanuel Lubezki, Rodrigo Prieto, Carlos Hidalgo, Pedro Gómez Millán; al guionista Guillermo Arriaga y en efectos visuales a Charlie Iturriaga. Aunque no es un cine mexicano propiamente dicho, todos los participantes se promueven como directores o técnicos mexicanos, lo que ha servido de apoyo motivacional al cine nacional, ya que son referencia de forma indirecta para promover la producción nacional.

Segunda inclinación: la “otra” nueva generación

En este grupo de representantes del cine mexicano actual, todos nacieron en las décadas de los 60 y 70, y comenzaron a filmar largometrajes en la primera década del 2000. Ellos representan la vanguardia creativa del cine mexicano del siglo XXI: narran de manera novedosa sus historias, se alejan de los planos que descubren multitudes en conflictos sociales para colocar la cámara sobre los individuos que muestran desde la intimidad lo cotidiano y sus problemas.

Son una generación definida con distintos nombres, como los “jóvenes quietos” o los del “cine contemplativo”; filman sus historias por medio de imágenes ante la visión de un plano demorado, premeditado, intencional, directores que prefieren la excepción a la norma; se han situado al margen de las corrientes estilísticas preestablecidas y han creado su propias tendencias, en algunos casos, han reusado la cámara móvil o incluso vertiginosa y recurren a la edición rápida y fuera de control, tendencia cuyas producciones van incorporadas al denominado “cine de autor”, donde el director es un creador, manipula lo visual y sonoro, para realizar una obra personal.

Es un cine relacionado con el cine de manufactura independiente. Estos filmes tienen una propuesta artística, visual y sonora, incorporan temas considerados “tabús” o usan actores desconocidos, o no actores, cuentan con presupuestos exiguos y las temáticas son siempre ubicadas en locaciones nacionales.

Generalmente estos directores exponen sus obras en festivales poco convencionales o en los muy especializados en ciertas temáticas, dentro de esta inclinación se encuentran: Carlos Reygadas, Fernando Eimbcke, Julián Hernández, Amat Escalante, entre otros.

Estas producciones han creado un nuevo nicho en el mercado nacional e internacional, muchas de ellas han sido multi-premiadas exteriormente. Cabe señalar que muchas de las películas se exhiben primero en el extranjero y finalmente llegan a México a salas específicas, han creado un espectador especializado mexicano que reconoce y consume este tipo de cine.

Tercera inclinación: el cine comercial

Las películas orientadas al gran público para la generación de beneficios económicos como uno de sus objetivos principales pertenecen a esta categoría. A ésta pertenecen la mayoría de las películas que se proyectan en las salas de cine, que están

orientadas al beneficio económico, algunas de ellas son promocionadas mediante grandes campañas de publicidad, realizadas por productoras nacionales, muchas veces apoyadas por instituciones estatales, y más tarde por alguna distribuidora norteamericana.

Las producciones apelan al cine ceñido a los géneros cinematográficos, en muchos casos son *remakes*, incorporan siempre a actores ya reconocidos de la televisión; las historias son sencillas, fáciles de digerir para el público masivo, su único interés es la ganancia en taquilla. Se pueden mencionar los filmes como *No se aceptan devoluciones*, *Amor de mis amores*, *Cantinflas*, *Nosotros los nobles*, *Paraíso*, *Amar a morir*, *Sexo pudor y lágrimas*, *Kilometro 31*, *No eres tú soy yo*, entre otras.

Cuarta inclinación: el cine entre la mercadotecnia y la independencia

La liberación del precio del boleto de cine, en 1992, marca el rompimiento de la industria cinematográfica nacional con la clase trabajadora que, incapaz de costear su admisión, deja de asistir a las salas. Surge así un nuevo grupo consumidor del cine mexicano: la clase media, cuyo mayor poder adquisitivo atrae la atención de productoras privadas dispuestas a hacer del cine un negocio rentable. Comienza así la era de la mercadotecnia del nuevo cine mexicano, por medio de despliegues publicitarios, distribución comercial masiva de las cintas y apoyo de otros recursos promocionales como la banda sonora. Es un cine que pretende mezclar lo comercial con ciertas pretensiones artísticas.

AltaVista Films constituye uno de los pilares de este tipo de cine, que logró establecer un modelo de producción que ha sido imitado por otras productoras nacionales. Muchos de los directores provienen de la televisión, la publicidad u otros medios, que han logrado comunicarse satisfactoriamente con el sector

consumidor de películas. La mayoría de las productoras son pequeñas e independientes, con capital nacional cuyo interés es realizar filmes con temáticas de actualidad; actores no tan reconocidos en los circuitos comerciales; personajes menos estereotipados; directores con experiencia dispuestos a encontrar un equilibrio entre su propuesta estilística personal y lo que se narra –haciendo énfasis en relatos del escenario social mexicano donde se manifiestan elementos críticos del país–, pero siempre con el interés de recuperar la inversión y obtener ganancias.

Podemos señalar a Canana films que produjo *Abel, Sin nombre, Miss bala, Año bisiesto*, por mencionar algunas; otras productoras en las mismas condiciones son Alebrije, Argos, Armagedón, Videocine. Todas ellas tienen como objetivo realizar películas con temas actuales y bien contadas, además de tener calidad visual y sonora, los personajes están bien contruidos y son representados con buenas actuaciones; sin embargo, estos filmes suelen tener poca difusión y se exhiben sólo en algunas salas.

Quinta inclinación: cine con la mirada a su reubicación multimedia

Las películas continúan sus estrenos en las salas de cine, sin embargo, cada vez se vuelve más importante recuperar las inversiones para financiar la producción, por lo que se busca una segunda salida para los filmes, ya sea en DVD, Blu-ray, televisión o en diversas plataformas de internet. El éxito y desarrollo del cine depende, actualmente, de la interdependencia entre los diferentes sectores audiovisuales, muchas producciones ya están pensando en salir directamente en plataformas digitales excluyendo las pantallas cinematográficas.

El cine vigente se encuentra en una competencia internacional: el alto nivel tecnológico y la accesibilidad a través de internet es un punto clave para capturar al público masivo, de tal manera que ahora debe concebirse un cine no sólo pensado

para ser presentado en las salas cinematográficas, sino para ser difundido por multimedia incorporando todas las estrategias mercadológicas impuestas por el cine hollywoodense.

Podemos señalar cómo Fernando Eimbcke ha remasterizado su obra prima: *Temporada de patos*, para presentarla en Blu-ray y, al mismo tiempo, en plataformas digitales, agregándole extras como audio comentarios y cortometrajes. Es decir, el cine mexicano apuesta por los nuevos entornos digitales para poder tener una posibilidad de subsistir en la era digital. Así, tenemos la incursión de Cinépolis con la renta de películas vía internet con su opción Cinépolis Klic o IMCINE y su plataforma digital de películas bajo demanda Filminlatino,⁴ que permite disponer de películas mexicanas. Esto posibilita dar servicio no sólo a espectadores mexicanos, sino a expandir y crear consumidores fuera de nuestras fronteras, de tal forma que está en pleno crecimiento y desarrollo los denominados *servicios on demand* (SVOD). Se puede señalar también la plataforma latinoamericana pantalla CACI,⁵ la cual además de películas, tiene en su catálogo entrevistas y conferencias sobre temas cinematográficos. En 2015 se incorporaron 90 filmes mexicanos y cortometrajes en la plataforma Filminlatino, el cual arrancó con 500 filmes, la mitad son nacionales, con un costo de 100 pesos mensuales.⁶

4 La compañía española Filmin se alianza con IMCINE para lanzar esta plataforma de películas.

5 Plataforma promovida por la conferencia de autoridades cinematográficas de Iberoamérica. El proyecto fue presentado en el Festival de Cannes, el objetivo es cubrir el territorio de América Latina y va destinada a centros culturales y educativos, así como instituciones de educación media y superior. El CACI fue en un principio IberoMedia digital, que tenía como objetivo la transmisión de 142 películas en televisión pública.

6 César Huerta, "El cine nacional se podrá ver en internet", *El Universal*, 15 de junio 2015, p. 5.

Sexta inclinación: el control

El cine es visto sólo como industria mercantil, los filmes, producto-mercancía, deben lograr el mayor beneficio económico posible, para ello, se debe controlar la cadena productiva: producción-exhibición-distribución, lo que garantiza obtener el máximo beneficio para la explotación del material filmico. Cinépolis, por ejemplo, se ha involucrado en desarrollar este modelo (producción-exhibición-distribución) y con ello garantiza el éxito de su inversión.

Séptima inclinación: México como centro de filmación

La promoción de México como un lugar para filmar bajo el argumento de ofrecer diversidad y riqueza de locaciones. Como ejemplo se puede señalar la filmación de *James Bond: Spectre* (2015) que rodó algunas escenas en la Ciudad de México. Blanca Guerra, presidenta de la Academia Mexicana de Artes y Ciencias Cinematográficas en México expresó que los rodajes extranjeros le sientan bien a la industria nacional, esto “incitará a que proyectos nacionales se propongan emular la calidad de producciones internacionales”,⁷ es decir, además de obtener recursos por la filmación de películas extranjeras se espera mejorar la calidad del cine.

7 Mario Alberto Cabrera, “Contribuye el 007 al cine mexicano”, *Reforma*, 26 de marzo 2015, p. 5.

Octava inclinación: capacitación laboral

Aquí se incorporan las producciones realizadas por el sector académico e institucional, cuyo objetivo es exhibir las películas en sectores específicos prescindiendo de los circuitos comerciales, como es el caso de Petróleos Mexicanos, que produce filmes en 35 mm. Actualmente, cuenta con 18 producciones con temáticas que tienen como objetivo capacitar y concientizar a los trabajadores y a las poblaciones donde tienen instalaciones petroleras.

Las películas recrean los problemas y las posibles soluciones a los que se puede enfrentar el personal, de tal manera que señalan problemas de salud, procedimientos preventivos y robos de combustibles. Las películas se exhiben a través de tráileres móviles que despliegan una carpa de exhibición y que pueden atender a 92 espectadores. Las películas se hacen a través de la compañía productora Cinetransformer, que se vale de actores profesionales para tener un mayor impacto gracias a la colaboración de TV Azteca y Televisa, entre ellos, Fernando Ciangherotti, Rosa Gloria Chagoyán, Sergio Mayer, Julio Camejo, Liz Vega, Lili Brillanti. Los filmes del 2009 al 2015 han tenido un costo de inversión de 564 millones de pesos, 31 millones en promedio por película.⁸

Reflexión final

La producción cinematográfica mexicana está presentando nuevas propuestas estilísticas y narrativas, así como producciones con fórmulas garantizadas de consumo, pero todas ellas miran al nuevo ecosistema mediático, donde el cine se adapta

8 Noé Cruz, "Gastó Pemex 558 millones de pesos en producir películas", *El Universal*, 25 de junio del 2015, p. 24.

a los nuevos entornos digitales que ofrecen nuevos géneros, formatos, contenidos y posibilidades estéticas.

Es importante destacar el papel de la mercadotecnia en el cine contemporáneo, factor determinante de la industria, y que afecta los contenidos de las películas, las reacciones y el comportamiento de los espectadores, cada vez más fragmentados pero deseosos de satisfacer sus experiencias audiovisuales por medio del cine.

Referencias

- Barbero, Jesús Martín. *Convergencia digital y diversidad cultural. Mutuaciones de lo visible*. Barcelona: Paidós, 2010.
- Cabrera, Mario Alberto. *Contribuye el 007 al cine mexicano*. *Reforma*, 26 de marzo 2015, p. 5.
- Cruz, Noé. “Gastó Pemex 558 millones de pesos en producir películas”. *El Universal*, 25 de junio del 2015.
- García Riera, Emilio. *Breve historia del cine mexicano. Primer siglo, 1987-1997*. México: CONACULTA, 1998.
- Huerta, César. “El cine nacional se podrá ver en internet”. *El Universal*, 15 de junio, 2015, p. 5
- Huerta, César. “Lanzarán cineteca online con 500 películas”. *El Universal*, 19 diciembre, 2013, p. 5.
- Sánchez Ruiz, Enrique. “La industria cinematográfica del TLCAN: Del mercado libre a las políticas públicas”. En Néstor García Canclini, Ana Rosas Mantecón y Enrique Sánchez Ruiz (coords.), *Situación actual y perspectivas de la industria cinematográfica en México y en el extranjero*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara, 2006, pp. 11-87.
- Santos Jiménez, Noé. *El hipercine y las nuevas tendencias narrativas en el cine mexicano*. Pachuca: CONEICC, 2012.
- Torres, Agustín. “Aumenta la visita a las salas cinematográficas”. *Excélsior*, 19 de junio 2016, p. 9.