

Indicadores de cultura

El cine y la pantalla grande

ANA CRUZ

¿Qué nos ofrece una sala de cine a los mexicanos? ¿Por qué vamos al cine? ¿Quiénes vamos al cine? ¿Qué tipo de cine nos gusta ver? ¿Cuántas veces al mes asistimos a una sala cinematográfica? ¿Nos gustan diferentes películas a hombres y mujeres? ¿Cómo elegimos una cinta? ¿Qué es más importante: la película o las palomitas?

Muchas preguntas surgen alrededor del fenómeno de ver cine, ese placer cuya presencia en la pantalla grande que lo vio nacer se ha visto amenazada desde sus inicios.

Sabemos por diversos estudios sociológicos y de mercado que el comportamiento de los públicos ha experimentado transformaciones desde el nacimiento del cine, pero que en los últimos años estos cambios —ligados al desarrollo de las nuevas tecnologías, que están incidiendo dramáticamente en las esferas de la vida cotidiana y las relaciones humanas, en los modos de estudiar y aprender, en el comercio mundial, etcétera— han sido particularmente profundos.

Dado que ir al cine es un placer que no depende sólo de las películas de la cartelera, el público mexicano, asiduo espectador de todos los tiempos, ha mostrado en distintos momentos un alejamiento de las salas cinematográficas.

En *Los públicos de la Cineteca Nacional y el consumo de cine en la Ciudad de México*,¹ Néstor García Canclini afirma que de 1980 a 1996 la asistencia a los cines en México descendió de 264 millones a 94 millones de espectadores, y que en el periodo comprendido entre 1980 y 1993 el número de salas se redujo de 1913 a 1415. También apunta que si bien es cierto que a partir de 1994 hubo un repunte de 5 por ciento en el número de

salas, la taquilla empezó a ascender hasta 1997. En ese periodo, los mexicanos volvimos a las salas cinematográficas como consecuencia del rediseño de los antiguos cines que fueron sustituidos por los complejos de multisalas destinadas a públicos reducidos.

Los viejos cines, legendarios y nostálgicos, abrieron paso a los espacios de alta tecnología, confort y consumo que a finales del siglo XX lograron convocar de nuevo a los espectadores a las salas de cine, y que consolidaron su presencia definitiva a principios del siglo XXI, asegurándole al cinéfilo una mayor oferta de películas en un sofisticado entorno dedicado al consumo para todos los sentidos y gustos —aunque no para todos los bolsillos—: no es secreto para nadie, por ejemplo, que el negocio no está en las películas sino en las palomitas.

En el primer lustro de este siglo, el número de salas en México creció enormemente, llegando a las 3500 —mientras que en Estados Unidos alcanzó la cifra record de 35 mil. Además, la modernización ha continuado la escalada de la revolución digital, con resultados impresionantes en la calidad de la imagen y el sonido. La reducción del tamaño de las salas ha traído consigo la fragmentación de las audiencias y de nuevo ha introducido modificaciones en el consumo del cine. De 2001 a 2004 el público respondió positivamente al incremento de espacios y a la oferta fílmica comercial; además de novedad, lujo, seguridad y calidad en la proyección, hubo grandes taquillazos como *El Señor de los anillos* (2003) y *Harry Potter* (2001).

Sin embargo, en los últimos dos años, las salas comerciales muestran una paulatina disminución de los públicos, fenómeno que parece extenderse a nivel mundial. En la Ciudad de México, la Cámara Nacional de la Industria Cinematográfica y del Videograma reportó una asistencia de 24 millones de espectadores

¹ Néstor García Canclini (coordinador), *Los públicos de la Cineteca Nacional y el consumo de cine en la Ciudad de México*, 1998.

durante el primer semestre de 2006. En el mismo periodo del año anterior, en cambio, se registraron 50 millones, cifra semejante a la alcanzada hace 15 años, en 1990, cuando se reportaron en el primer semestre 54 millones de espectadores en las salas del país.²

Muchos son los factores que influyen en la asistencia del público a los complejos cinematográficos: desde fenómenos estacionarios como el clima y las condiciones económicas, sociales y políticas, hasta las modas y, por supuesto, las películas. En 2005, por ejemplo, más de 10 películas lograron rebasar la barrera del millón de espectadores en nuestro país; destacaron títulos como *Los cuatro fantásticos*, *Harry Potter y el cáliz de fuego* y *La guerra de los mundos*. En cambio, en el mismo periodo de 2006, sólo cuatro cintas rebasaron esa barrera: *La era del hielo 2*, *X-Men III*, *El código Da Vinci* y *Una película de huevos*.³

No obstante la baja en la taquilla en este año, se puede afirmar que el público joven ve cada vez más cine, y que su demanda de cintas es cada vez mayor. Como sea, la cultura audiovisual ha sufrido la mayor transformación registrada en la historia. Con las nuevas generaciones —que se refugian en las pantallas televisivas, las proyecciones de cine caseras y el consumo de DVD's— los hábitos de consumo de cine han cambiado acelerada y radicalmente. Una cifra que resulta reveladora nos dice que en México se han vendido más DVD's (legales y piratas) que boletos en taquilla, y que el número de DVD's pirata ascendió a 75 millones, según cálculos de la Motion Picture Association of America. ~

Número de espectadores de cine en México

Año	Número de espectadores (millones)
1980	264
1981	197
1990	170
1991	134
1992	103
1993	82
1994	62
1995	80.4
1996	94
2005 (1er semestre)	50
2006 (1er semestre)	24

Fuentes: García Canclini, Néstor (Coordinador), *Los públicos de la Cineteca y el consumo de cine en la Ciudad de México*, 1998. CANACINE, Consumo de cine en la Ciudad de México.

Número de pantallas de cine en México

Año	Número de pantallas
1980	1 913
1990	1 415
2000	2 100
2005	3 500

Número de pantallas de cine en Estados Unidos, en 2005: 35,000.

² Reporte de la Cámara Nacional de la Industria Cinematográfica y del videograma, CANACINE.

³ Worldwide boxoffice del IMDB.