



Chasqui
Revista Latinoamericana
de Comunicación **132**
agosto-noviembre
2016

**Cine, política audiovisual
y comunicación**



Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina

EDITOR

Francisco SIERRA CABALLERO

COORDINADOR EDITORIAL

Gabriel GIANNONE

SECRETARIA DE REDACCIÓN

Rosa ARMAS

CONSEJO DE REDACCIÓN

Amparo CADAVID

UNIMINUTO, Colombia

Fernando CASADO

Instituto de Altos Estudios Nacionales, Ecuador

Ana María DURÁN

Universidad del Azuay, Ecuador

Pablo Andrés ESCANDÓN MONTENEGRO

Medialab Quito-CIESPAL, Ecuador

Eduardo GUTIÉRREZ

Pontificia Universidad Javeriana de Colombia

Eliana del Rosario HERRERA HUÉRFANO

UNIMINUTO, Colombia

Octavio ISLAS

Universidad de los Hemisferios, Ecuador

Daniel Fernando LÓPEZ JIMÉNEZ

Universidad de los Hemisferios, Ecuador

Efendy MALDONADO

UNISINOS, Brasil

Claudio Andrés MALDONADO RIVERA

Universidad Católica de Temuco, Chile

José Rafael MORÁN

CIESPAL, Ecuador

Francisco Javier MORENO

CIESPAL, Ecuador

Fernando ORTIZ

Universidad de Cuenca, Ecuador

María PESSINA

CIESPAL, Ecuador

Jenny PONTÓN

FLACSO, Ecuador

Abel SUING,

Universidad Técnica Particular de Loja, Ecuador

Nancy Graciela ULLOA ERAZO

Pontificia Universidad Católica del Ecuador (Sede Ibarra)

Rosa VALLEJO CASTRO

CIESPAL, Ecuador

Edgar VEGA

Universidad Andina Simón Bolívar, Ecuador

Jair VEGA

Universidad del Norte, Colombia

José VILLAMARÍN CARRASCAL

Universidad Central del Ecuador

Jenny YAGUACHE,

Universidad Técnica Particular de Loja, Ecuador

EDITORES ASOCIADOS

Norteamérica

Jesús GALINDO

Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, México

Centroamérica

Hilda SALADRIGAS,

Universidad de La Habana, Cuba

Área Andina

Karina HERRERA MILLER,

Universidad Mayor de San Andrés, Bolivia

Cono Sur

Lorena Mónica ANTEZANA BARRIOS

Universidad de Chile

Brasil

Denis PORTO RENÓ,

Universidade Estadual Paulista, Brasil

CONSEJO CIENTÍFICO INTERNACIONAL

Rosa María ALFARO

CALANDRIA, Perú

Luis Ramiro BELTRÁN (+)

Enrique BUSTAMANTE

Universidad Complutense de Madrid, España

Mauro CERBINO

FLACSO, Ecuador

Eliseo COLÓN

Universidad de Puerto Rico

Miquel DE MORAGAS

Universidad Autónoma de Barcelona, España

José Manuel DE PABLOS

Universidad de La Laguna, España

Carlos DEL VALLE ROJAS,

Universidad de La Frontera, Chile

Juan DÍAZ BORDENAVE, (+)

Heidi FIGUEROA SARRIERA

Universidad de Puerto Rico

Raúl FUENTES

ITESO, México

Valerio FUENZALIDA

Pontificia Universidad Católica de Chile

Raúl GARCÉS

Universidad de La Habana, Cuba

Juan GARGUREVICH

Pontificia Universidad Católica del Perú

Bruce GIRARD

Comunica.org

Alfonso GUMUCIO

Universidad Mayor de San Andrés, Bolivia

Antonio HOHLFELDT

PUCRS. Porto Alegre, Brasil

Gabriel KAPLÚN

Universidad de la República, Uruguay

Margarida María KROHLING KUNSCH

USP. Brasil

Margarita LEDO ANDIÓN

USC. España

José Carlos LOZANO RENDÓN

Universidad Internacional de Texas A&M. EE.UU.

José MARQUES DE MELO

Universidade Metodista de São Paulo, Brasil

Amparo María MARROQUÍN PARDUCCI

Universidad Centroamericana, El Salvador

Jesús MARTÍN-BARBERO

Universidad Nacional de Colombia

Guillermo MASTRINI

Universidad Nacional de Quilmes, Argentina

María Cristina MATA

Universidad Nacional de Córdoba, Argentina

Armand MATTELART

Université Paris 8, Francia

Toby MILLER

Cardiff University, Reino Unido

Walter NEIRA

Universidad de Lima, Perú

Neyla PARDO

Universidad Nacional de Colombia

Antonio PASQUALI

Universidad Central de Venezuela

Cícilia KROHLING PERUZZO

Universidade Metodista de São Paulo, Brasil

María Teresa QUIROZ

Universidad de Lima, Perú

Isabel RAMOS

FLACSO, Ecuador

Rossana REGUILLO

ITESO, Universidad Jesuita de Guadalajara, México

Germán REY

Pontificia Universidad Javeriana, Colombia

Hernán REYES

Universidad Andina Simón Bolívar, Ecuador

Omar RINCÓN

CEPER - Universidad de Los Andes, Colombia

Hilda SALADRIGAS

Universidad de La Habana, Cuba

Francisco SIERRA

USE. España

César Ricardo SIQUEIRA BOLAÑO

Universidade Federal de Sergipe, Brasil

Muniz SODRÉ

Universidade Federal do Rio de Janeiro, Brasil

Guillermo SUNKEL

CEPAL-Naciones Unidas, Chile

Erick TORRICO

Universidad Andina Simón Bolívar, Bolivia

Gaëtan TREMBLAY

Université du Québec, Canadá

CHASQUI, Revista Latinoamericana de Comunicación es una publicación académica pionera en el escenario de debate del campo comunicológico latinoamericano. Ha sido creada en el año 1972 y, desde entonces, es editada por CIESPAL, con sede en Quito, Ecuador.

Se publica de forma cuatrimestral, tanto en formato impreso como digital. Su modalidad expositiva es el artículo o ensayo científico. Los textos se inscriben en una perspectiva de investigación y están elaborados en base a una rigurosidad académica, crítica y de propuesta teórica sólida.

Para la selección de sus artículos Chasqui realiza un arbitraje por medio de pares académicos bajo el sistema doble ciego, por el que se garantiza el anonimato de autores y evaluadores. Para llevar adelante el proceso contamos con una extensa nómina de especialistas en diversas áreas de la comunicación y las ciencias sociales.

Chasqui se encuentra indexada en las siguientes bases de datos y catálogos:



CIESPAL

Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina

Av. Diego de Almagro N32-133 y Andrade Marín • Quito, Ecuador

Teléfonos: (593 2) 254 8011/ Ext. 231

www.ciespal.org

www.revistachasqui.org

chasqui@ciespal.org

ISSN: 1390-1079

e-ISSN: 1390-924X

Coordinadora Monográfico Chasqui 132

Susana Sel

Suscripciones: <http://suscripcioneschasqui.ciespal.org>

Diseño editorial

André Maya Monteiro

Corrección de textos

Noemí Mitter, Rosimeire Barboza Da Silva

Maquetación

Arturo Castañeda Vera

Las ilustraciones utilizadas en este número se basan en esculturas de la cultura Jama-Coaque, comunidad indígena que se asentó en lo que es ahora el litoral ecuaroriano, entre los años 500 a.C. y 1531 d.C.

Los textos publicados son de exclusiva responsabilidad de sus autores.



Reconocimiento-SinObraDerivada

CC BY-ND

Esta licencia permite la redistribución, comercial y no comercial, siempre y cuando la obra no se modifique y se transmita en su totalidad, reconociendo su autoría.

9 EDITORIAL

- 9 **Nuevas pantallas y política audiovisual**
Francisco SIERRA CABALLERO

21 TRIBUNA

- 23 **La comunicación en clave latinoamericana**
Erick TORRICO VILLANUEVA

37 MONOGRÁFICO

Cine, política audiovisual y comunicación

- 39 **Introducción: Cine, política audiovisual y comunicación**
Susana SEL
- 47 **El cine mexicano en tiempos de acuerdos y tratados internacionales: crisis, transformaciones y continuidades**
Lucila HINOJOSA CÓRDOVA
- 65 **Montañas rusas de gozo vano. Industria cultural, leyes y cine nacional**
Jorge Luis SERRANO
- 77 **Cine chileno y capitalismo neoliberal. Apuntes para una crítica de la economía política de la producción cinematográfica**
Roberto TREJO OJEDA
- 101 **Celso Furtado. Cultura e política cinematográfica**
Anita SIMIS
- 113 **Breve caracterización del Instituto Cubano de Arte e Industria Cinematográficos como industria cultural**
Hansel Pavel ORO ORO y Dasniel OLIVERA PÉREZ
- 127 **Países de Unasur: exhibición y nuevas pantallas de cine para una producción creciente**
Diego ROSSI
- 147 **Adentro y afuera del multiplex. Los estudios comerciales de audiencias del cine en América Latina**
Juan Carlos VALENCIA y María Alejandra BELTRÁN LÓPEZ
- 165 **2015, condiciones de mercado para la visibilidad de producciones independientes en la industria cinematográfica mexicana**
Andrés BARRADAS
- 183 **A configuração contemporânea da economia criativa do audiovisual no contexto brasileiro**
José Guibson DELGADO DANTAS, Gardia RODRIGUES
- 205 **Hollywood, el copyright y el TPP**
Karina LUCHETTI

223 ENSAYO

- 225 **A notícia e a lógica das sensações: uma contribuição para as teorias do jornalismo**
Leonel AZEVEDO DE AGUIAR y Angela SCHAUN
- 245 **Predicación, verdad y sujeto colonial: genealogías de la obediencia en contexto mapuche**
Patricio LEPE-CARRIÓN
- 261 **La institución de la ciberpolítica: gobernanza y código**
Lucas Emmanuel MISSERI
- 277 **La evolución del derecho a la comunicación ante la emergencia de la ciudadanía digital**
Francisco Javier MORENO GÁLVEZ
- 293 **A fugaz temporada para a leitura do suplemento *Sabático* (2010-2013) e o lugar da literatura na imprensa escrita latino-americana**
Wilson ALVES-BEZERRA

307 INFORME

- 309 **La construcción retórica de la corrupción**
Adriana ÁNGEL
- 329 **El discurso del periódico digital mapuche *Werken.cl* en torno al territorio: una aproximación semiótico-decolonial**
Juan Alfredo DEL VALLE ROJAS y Claudio Andrés MALDONADO RIVERA
- 351 **La narrativa urbana de Popayán (Colombia) en la primera mitad del siglo XX. Entre la hidalguía y el patriciado**
Alexander BUENDÍA ASTUDILLO
- 369 **Contribuições de Eliseo Verón para os estudos de televisão no Brasil**
Beatriz CAVENAGHI, María José BALDESSAR y Cristiane FONTINHA MIRANDA
- 385 **Perspectiva comparada entre iniciativas de comunicación comunitaria de TV en Brasil y España: primeros apuntes**
Adilson VAZ CABRAL FILHO

399 RESEÑAS

Monográfico



2015, condiciones de mercado para la visibilidad de producciones independientes en la industria cinematográfica mexicana

*2015, market conditions for independent productions
to be seen in the Mexican film industry*

*2015, condições de mercado para a visibilidade de produções
independentes na indústria cinematográfica mexicana*

Andrés BARRADAS

Instituto Tecnológico de Monterrey, México /arbarradas@itesm.mx

Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación

N.º 132, agosto - noviembre 2016 (Sección Monográfico, pp. 165-182)

ISSN 1390-1079 / e-ISSN 1390-924X

Ecuador: CIESPAL

Recibido: 03-06-2016 / Aprobado: 11-10-2016

Resumen

Esta investigación presenta algunas razones para entender cómo funciona la distribución y exhibición en México para las producciones cinematográficas nacionales. Se muestran algunos datos oficiales publicados por el Instituto Mexicano de Cinematografía (Imcine), la Cámara Nacional de la Industria Cinematográfica (Canacine) y opiniones de expertos dentro y fuera de la industria. Con particular énfasis en el universo de películas independientes (que tengan menos de 10 copias) y su destino en el mercado de la distribución y exhibición en México, ampliamente dominado por compañías extranjeras y oligopolios nacionales.

Palabras clave: distribución; exhibición; virtual print fee; ingresos.

Abstract

This research shows some points of view to understand the distribution and exhibition issues in Mexican film industry. There are some official data published by the Instituto Mexicano de Cinematografía (Imcine), the Cámara Nacional de la Industria Cinematográfica (Canacine) as well as expert opinions inside and outside the film industry. The main issue is focused on independent films made in Mexico (with less than 10 copies) and the way these are being distributed and exhibited in Mexico in a market usually dominated by foreign companies and national oligopolies.

Keywords: distribution; exhibition; virtual print fee; income.

Resumo

Esta investigação apresenta alguns argumentos sobre distribuição e exibição das produções cinematográficas nacionais no México. Serão expostos alguns dados oficiais publicados pelo Instituto Mexicano de Cinematografia (IMCINE), a Câmara Nacional da Indústria Cinematográfica (CANACINE) e opiniões de especialistas dentro e fora da indústria, com especial ênfase para o universo de filmes independentes (com menos de 10 cópias) e seu destino no mercado da distribuição e exibição no país, amplamente dominado por companhias estrangeiras e oligopólios nacionais.

Palavras-chave: distribuição; exibição, Virtual Print Free; ingressos.

1. Introducción

A lo largo del tiempo la industria cinematográfica en México ha posicionado producciones filmicas de calidad que enfrentan un mercado muy competitivo, dominado principalmente por las producciones provenientes de Estados Unidos. Mirando con atención la historia de esta industria no es difícil deducir que hubo un tiempo en el que la producción, la distribución y la exhibición del cine mexicano contaba con un público expectante; el cual era contrario al aludido por Paul Leduc en la reciente entrega de los premios Ariel 2016 en México a lo mejor de la cinematografía nacional, y recuperado por Mónica Cruz para el periódico El País.

El público de hoy no es el de antes, el de la Época de Oro, el del cine de estreno a cuatro pesos. Hoy no prefiere lo mexicano. Hoy no le gusta lo mexicano. Hoy quizá ya no quiere ser mexicano. (Cruz, 2016)

En su discurso, Leduc hace alusión a un público perteneciente a la llamada Época de Oro del cine mexicano, una etapa comprendida entre los periodos presidenciales de Lázaro Cárdenas del Río y Adolfo Ruiz Cortines, de “estrellas delante de cámaras y técnicos detrás de ellas que consiguieron despertar el interés en la prensa mundial a lo largo de cuatro sexenios dentro de la historia de un cine en su época dorada” (Barradas Gurruchaga, 2015, p. 17).

Las historias eran tanto urbanas como de tipo ranchero, y el público expectante conocía las propuestas cinematográficas que envolvían historias de amor, odio, diferencias sociales y complejos internos con el vecino país del norte, como en el caso de *Campeón sin corona*; cintas en las que los valores familiares eran representados en ocasiones con sorna y en otras, con burlas a un régimen de gobierno de antaño, como en *Una familia de tantas*.

Dentro de la industria cinematográfica mexicana hay una historia alusiva al cine independiente, ese que lucha por sobrevivir ante las grandes compañías productoras, las estrellas, el *star system* y los modelos de negocio que conforman el mercado cinematográfico mexicano. Este tipo de cine independiente comenzó a gestarse, en el caso de México, de la mano de sus directores y productores en la década de los años 20; un fenómeno que se repetiría en los años cincuenta cuando fueron creados cineclubes con fines de crítica y análisis cinematográfico. Como parte de su evolución, más tarde se crea el primer concurso de cine experimental a mediados de la década de los sesenta y a finales de los setenta con la cooperativa Río Mixcoac, de la mano de Gabriel Ripstein y la cinta *Bandera rota*.

En la década de los ochenta, un grupo de directores y productores comenzó a destacar con iniciativas como las cooperativas y el financiamiento privado: Gabriel Retes, Alfredo Joskowicz o Jaime Humberto Hermosillo entre otros.

En esta etapa fue muy importante el involucramiento del Instituto Mexicano de Cinematografía (Imcine) que fue creado para apoyar a la industria del cine:

Instituto Mexicano de Cinematografía es el organismo público descentralizado que impulsa el desarrollo de la actividad cinematográfica nacional a través del apoyo a la producción, el estímulo a creadores, el fomento industrial y la promoción, distribución, difusión y divulgación del cine mexicano. (Imcine, 2015)

Con directores como Carlos Carrera, Alfonso y Carlos Cuarón, Fernando Sariñana o Alejandro González Iñárritu, la industria cinematográfica mexicana comenzó a levantar el vuelo en los años noventa, llamando la atención de público y crítica. El talento mexicano destacó por su gran labor haciendo resaltar historias con un abordaje distinto, ganando un lugar en festivales internacionales con cintas como *Heli*, que refleja por cierto un momento social de mucha violencia en México. Su director Amat Escalante, recibió el premio a mejor director en el festival de cine de Cannes en 2013.

A nivel nacional, en la entrega de los premios Ariel 2015 a lo mejor del cine mexicano, la gran ganadora fue *Güeros*, obtuvo el premio a mejor película, mejor ópera prima, mejor dirección, mejor fotografía, mejor sonido *ex aequo*. Coproducida por Imcine y postal producciones, obtuvo ingresos por casi dos millones y medio de pesos.

Tabla 1

| Película | Pantallas | Copias | Asistentes | Ingresos (pesos) |
|----------|-----------|--------|------------|------------------|
| Güeros | 48 | 49 | 55 530 | 2 479 145 |

Fuente. Imcine, 2015.

Más adelante se abordará la relación que tiene el número de pantallas en las que una película es exhibida y los ingresos, resultado de una inversión arriesgada que busca su recompensa en las taquillas del país.

El abordaje de esta investigación está centrado en las producciones independientes que fueron realizadas durante el año 2015, estableciendo una relación costo-beneficio encaminada a dilucidar la capacidad de rentabilidad de una película independiente, anclada de manera directa a los números que haya generado en taquilla.

2. El estudio del cine independiente

La definición de una producción independiente es similar para varios autores pero con diferencias importantes, algunos afirman que una producción independiente es aquella que es realizada por una productora pequeña, que no per-

tenece a los grandes estudios, "...que ha sido producida fuera de los grandes estudios cinematográficos y, en Estados Unidos, principalmente con personal no afiliado al sindicato. Por lo general es una producción de bajo presupuesto de una productora pequeña." (Martínez-Salanova, 2016).

De hecho así fue como se fundaron los estudios de Hollywood, a partir del movimiento de productores cinematográficos que buscaron trabajar sin depender del monopolio de Edison y su grupo.

El término independiente fue usado inicialmente a finales del siglo XIX para describir a todos aquellos productores que empezaron a trabajar a la sombra de las grandes compañías que en aquel entonces controlaban el mercado cinematográfico y que formaban parte de la MPPC (Edison, Biograph, Vitagraph, Essanay, Pathé, etc.). (Olaskoaga, 2015, p. 10)

Años después, el director que comenzó a destacar por su manera de hacer cine fue John Cassavetes, de quien se dice que pudo realizar la película *Shadows* en 1959 gracias a miles de oyentes del programa de radio *Night People Story*, quienes aportaron algunos dólares para financiar esa producción.

La mayoría de las posturas coinciden en que dentro del cine independiente existe una mayor libertad creativa y de decisión para los directores, debido a la poca dependencia y atadura a un productor que espera recibir dividendos de su inversión inicial en el proyecto. Sin embargo, para efectos de esta investigación, hay que aclarar que una producción cinematográfica independiente es tomada en cuenta desde su realización hasta el momento en que puede ser vista por el público, definida por el proceso que vive no solamente durante su realización, sino también durante las etapas de distribución y exhibición. Será en esas tres etapas en las que el proceso estará invariablemente afectado por una falta de presupuesto para lograr el objetivo de terminar una película y exhibirla en igualdad de condiciones con otras películas. La medición que servirá de parámetro será el número de pantallas en las que fueron exhibidas las películas mexicanas en 2015. Dicho de otra forma, se establece un acercamiento hacia la rentabilidad de una película independiente hecha en México, que está directamente relacionada al esquema de distribución y exhibición de la misma y por tanto, dependiente de los ingresos de taquilla. Se establece el concepto de rentabilidad como el nivel de beneficio de una inversión con respecto de los resultados de asistencia traducidos en un monto económico.

Para ello se abordan como marco referencial las producciones cinematográficas realizadas en México durante 2015 y los números más representativos en cuanto a producción, distribución y exhibición. Serán establecidos los puntos que caracterizan a una producción independiente para los fines que persigue esta investigación, y que las distinguen en la industria cinematográfica mexicana, así como también la visibilidad que hayan tenido dichas producciones y su posible rentabilidad.

Se propone una hipótesis inicial en la que se afirma que –de asegurarse la visibilidad de una producción independiente bajo condiciones similares a las que reciben las cintas que cuentan con más de 50 pantallas para su distribución y exhibición– podría plantearse un esquema de rentabilidad basado en la asistencia a las salas de cine. La variable independiente es conformada por el *Virtual Print Fee*, cuya medición cuantitativa afecta directamente a la variable dependiente compuesta por los ingresos obtenidos en taquilla de cada película independiente.

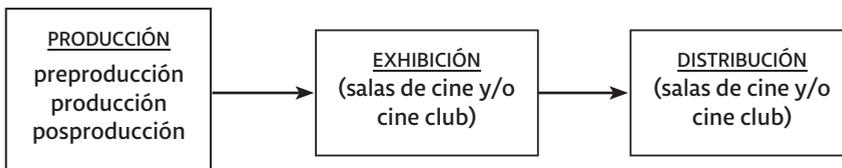
Se tomará en consideración que este tipo de películas independientes se desenvuelve dentro de un esquema de distribución y exhibición determinado por la industria cinematográfica –amén de valorar si es un esquema óptimo–, o bien se buscan otros canales más allá de los tradicionales, desde las salas de cine de organizaciones como cinépolis, cinemex y los espacios proporcionados por la Cineteca Nacional, hasta los medios de exhibición conocidos como emergentes: organizaciones como Netflix, plataformas digitales como filminlatino, instituciones académicas e iniciativa privada. El objetivo se centra en saber cuál es el destino en cuanto a distribución y exhibición de una producción independiente y plantear cambios, en caso de ser necesarios, a este paradigma de la industria cinematográfica en México.

Es importante contar con esta información para tomar conciencia, reflexionar las posibilidades de solución, y generar un planteamiento o esquema, si es el caso. Lo que se pretende es impulsar la creación cinematográfica pero abordando los rubros finales de distribución y exhibición ya que si en 2015 se produjeron 140 películas en México –la mayor cifra en la historia del cine mexicano– al menos de primera vista parece que el problema no está en la etapa de producción de los films.

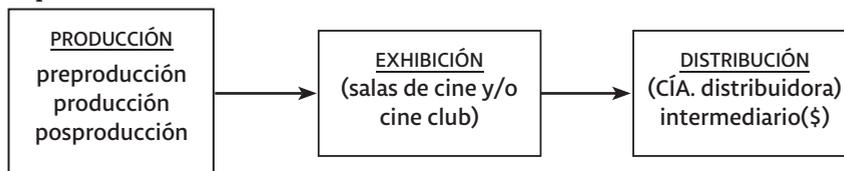
3. Realización cinematográfica en México

Recordemos que son tres etapas las que componen el proceso de realización de una película desde el nacimiento del proyecto, hasta su llegada a las salas de cine:

Esquema 1



Fuente: elaboración propia

Esquema 2

Fuente: elaboración propia

La etapa de producción está compuesta por tres sub-etapas que son la preproducción (gestación y preparación del proyecto con todas sus aristas), producción (realización de la obra cinematográfica en locación, estudio o ambos), y postproducción (etapa relacionada con los elementos técnicos que pueden dar realce a toda la obra en diversas áreas como: corrección de color, audio (diálogos, música, folies, etc), edición, efectos especiales.

La etapa de la distribución remite al trabajo que realiza una compañía distribuidora para posicionar una obra cinematográfica en las salas de cine. Este trabajo puede incluir estudios de mercado, análisis de públicos por zona y/o estrato socioeconómico, generación de estrategia comercial y publicitaria, negociación con salas de cine de México y el extranjero, posible lanzamiento de la obra en festivales internacionales de cine. O bien, que las personas involucradas en el proyecto –sin apoyarse en la labor de una compañía distribuidora– realicen las labores citadas con anterioridad.

La exhibición es el fin último de una obra cinematográfica: que pueda ser vista por una gran cantidad de personas. Sobre todo si recordamos que la gran diferencia que trajo el cinematógrafo de los hermanos Lumière por encima de sus competidores fue el hecho de funcionar como una herramienta de comunicación masiva, que pudo llegar a un público numeroso con una misma proyección.

Vale la pena iniciar un breve análisis del proceso integrado de producción, distribución y exhibición de las producciones realizadas en México durante el año 2015, los números oficiales de Imcine indican que el costo promedio por producir una película en México fue de 8 millones de pesos, y el número de películas mexicanas producidas fue 140, el 70% apoyado por el Estado. La producción de documentales representó el 35% del total con 50 documentales, en la Cineteca Nacional fueron exhibidas un total de 33 películas mexicanas, el 23,5% de las producciones logradas en el año. Sin embargo de las 140 producciones realizadas en géneros de ficción, documental y animación, solamente 80 fueron estrenadas en el mismo año, es decir el 57%.

Tabla 2

| Año | Películas mexicanas producidas | Películas mexicanas estrenadas | % películas estrenadas |
|------|--------------------------------|--------------------------------|------------------------|
| 2015 | 140 | 80 | 57% |

Datos obtenidos del anuario estadístico de Imcine 2015.

En cuanto a los números, aparentemente no se le podría objetar nada al rubro de la producción con 140 películas realizadas a lo largo del año, el mejor año en la historia de la industria de cine en México. Aquí un punto importante que vale la pena resaltar, incluido en el discurso de Leduc citado por Cruz: “de lo producido el año pasado, según el anuario de Imcine, se apoyaron 78 cortometrajes, 21 documentales, y largometrajes de ficción fueron entonces 46” (Cruz, 2016).

Si bien la calidad puede ser calificada subjetivamente con base en parámetros de medición determinados por parte de un jurado, críticos, analistas o directores de cine, la cantidad de producciones cinematográficas lograda en 2015 se antoja al menos, insuperable.

El involucramiento por parte del Estado actualmente refiere a tres iniciativas para apoyar la labor cinematográfica en México: el Fondo para la Producción Cinematográfica de Calidad (Foprocine)¹, el Fondo de Inversión y Estímulos al Cine (Fidecine)² y el Estímulo fiscal (Eficine 189)³, fondos determinados por el Instituto Mexicano de Cinematografía (Imcine).

La industria del cine mexicano ha tenido idas y vueltas, como lo detalla Alejandro Pelayo en su estudio sobre cine independiente de los años setenta y ochenta, publicado en 2012, en el que analiza catorce películas de largometraje y de ficción, amén de encontrar características en común al respecto de su contenido temático y fórmula de producción. En él comenta que “Al concluir 1979 quedó muy claro para los cineastas que la política cinematográfica estatal había cambiado. La apuesta de la titular de RTC fue la reprivatización de la industria fílmica” (Pelayo, 2012, p. 72).

Hoy en día las nuevas tecnologías han permeado en nuestra sociedad y dan oportunidad a poder producir contenidos audiovisuales con un menor costo y

1 Fondo para la Producción Cinematográfica de Calidad (Foprocine), es un fideicomiso con convocatorias de apoyo para producción o postproducción de largometrajes (de 75 minutos o más) de ficción, documental y/o animación.

2 Fondo de Inversión y Estímulos al Cine (Fidecine), es un fideicomiso de apoyo a la producción, postproducción, distribución y exhibición de largometrajes (de 75 minutos o más) de ficción y/o animación que otorga apoyos vía capital de riesgo y créditos.

3 Eficine 189 es un estímulo fiscal para los contribuyentes que otorga el Artículo 189 de la Ley del Impuesto sobre la Renta (LISR) y que apoya la producción o postproducción de largometrajes de ficción, animación y documental; así como la distribución de películas. A través de Eficine, los contribuyentes que inviertan en proyectos cinematográficos en México pueden obtener un crédito fiscal, equivalente al monto de su inversión, contra el impuesto sobre la renta en el ejercicio en el que se determine el crédito. El contribuyente da un porcentaje de sus recursos fiscales a la empresa productora y la SCHP le otorga un crédito fiscal hasta por 20 millones de pesos que puede utilizar en sus declaraciones de ISR posteriores al año fiscal en que lo otorgó.

en poco tiempo, pudiendo postproducir una historia, incluso, desde una computadora portátil. El almacenamiento de los formatos digitales también facilita la labor creadora de los cineastas, tanto en los elementos técnicos como cámaras o *smartphones* con capacidad de grabación en *full hd* o 4k, hasta los discos duros, las plataformas como Dropbox y tarjetas sd.

En la industria cinematográfica mexicana puede haber más de un camino con respecto a la distribución, etapa intermedia entre la producción y la exhibición de una película. Mientras que algunas producciones logran negociar con una compañía distribuidora los planes de distribución, otras apuestan por acomodar su película en salas de cine por sus propios medios. Ahí está el caso de *Nosotros los nobles*, película por la que Warner Bros. pagó cuatro millones y medio de pesos para tener los derechos de su distribución en México; esa misma compañía "...invirtió diez millones más en copias y publicidad para el lanzamiento de la película" (Forbes, 2013).

Por otro lado, producciones como *La hora de la siesta*, largometraje documental de Carolina Platt, se lanzan de manera independiente tratando de obtener recursos económicos utilizando los medios emergentes y plataformas digitales como *Fondeadora*, la cual se presenta como,

[...] una plataforma de Fondeo Colectivo o Crowdfunding, una nueva forma de fondear proyectos creativos. En Fondeadora, buscamos fomentar el talento, la creatividad y la innovación, ayudando cualquier emprendedor a promover sus ideas y encontrar el financiamiento que necesita para poder materializarlas. (Fondeadora, 2015)

Imagen 1. Screen shot del proyecto documental cinematográfico *La hora de la siesta* (Serrano, 2012).

La Hora de la Siesta (The Naptime)
Por: René Serrano

Industrias Creativas > Cine y Video



Fondeadores: **100**

Fondeado: **\$4,694.38** USD 104%

La meta es de **\$4,535.10** USD

Tiempo restante: **finalizó 15/08/12**

¡Éxitoso!

El anuario estadístico de cine mexicano 2015 destaca que de 47 empresas que participaron en la distribución de las producciones mexicanas, 30 ya han distribuido más de una de película en los últimos años, en tanto que 17 fueron creadas exprofeso para la distribución de una sola película, lo que las delimita como independientes. Esto refleja gran parte de la situación, con 17 producciones que emprenden una labor de distribución por propios medios debido a los compromisos económicos que una cinta tendría que adquirir para contratar los servicios de una compañía distribuidora.

En el anuario estadístico de Imcine 2015 se da la cifra del 70% en asistencia para las producciones distribuidas por Videocine, 9% para las cinco que distribuye Cinépolis y 21% de asistencia por parte de las distribuidoras que estrenaron solamente una película. Sin embargo, al tomar los datos de la tabla 17 de dicho anuario estos porcentajes varían, quedando de la siguiente manera:

Tabla 3. Participación de las compañías distribuidoras en los estrenos nacionales

| Distribuidoras | Asistentes % |
|-------------------------------|--------------|
| Videocine | 71.80 |
| Cinépolis | 8.62 |
| Warner bros int'l | 8.38 |
| Universal int'ñ | 4.28 |
| Distribuidoras con 1 película | 14.08 |

Fuente: Imcine, 2015.

En la tabla anterior se muestra la gran participación activa dentro del mercado de la distribución por parte de Videocine, casi hegemónica y dedicada a la distribución de cintas nacionales y extranjeras, con alianza con Lionsgate para la distribución de películas mexicanas en Estados Unidos. Es importante comentar que el gigante de la exhibición Cinépolis, también está en la lucha por dominar el mercado de la distribución al lado de Warner Bros. y Universal. Distribuidoras mexicanas como Canana, Mantarraya, Corazón, Gussi entre otras, se mantienen en el mercado de la distribución de forma más discreta. Prácticamente quedan fuera las 17 distribuidoras a las que hace alusión Imcine, con una tajada mínima de la asistencia a los estrenos nacionales.

Estas cifras encajan a la perfección con la opinión de la productora Mónica Lozano (Alebrije cine y video, y *Diamond Films*), al afirmar que,

[...] el mercado no te da la posibilidad de recuperar las inversiones porque no hay competencia. Es decir, cuando hay un oligopolio en los medios de comunicación, cuando hay dominio en los medios de exhibición y en la distribución, son unos pocos los que definen qué va a ver el público, qué dimensión, con qué inversión y qué temas... y es ahí donde están limitándose la diversidad, la pluralidad y la posibilidad de los retornos de inversión para un proyecto que no se acomode a la visión particular de estos monopolios o empresas dominantes. (Magaña, 2016)

Lozano muy probablemente se refiere a las nacionales Televisa, TV Azteca, Videocine, Cinépolis y Cinemex cuando habla del oligopolio de los medios de comunicación y del dominio en exhibición, y evidentemente a las extranjeras Warner y Universal para establecer en su argumento la poca diversidad y pluralidad en los contenidos que se ofertan en las salas de cine.

Gracias a los avances tecnológicos la distribución de las películas tiene un camino menos tortuoso. Antes, el proceso involucraba la entrega física de rollos de película, después la emisión virtual de las películas –en el caso de algunos estrenos– vía satélite, pasando por formatos digitales de exhibición, el *digital cinema package* (DCP) y el ya casi extinto DVD. Desafortunadamente para muchas películas la distribución no alcanza un nivel nacional, o en el mejor de los casos la llegada a las salas de cine se retrasa por meses o incluso años; ya sea por el interés de un público que sigue de cerca las novedades de Hollywood o bien por políticas en los esquemas de distribución tales como la cuota *Virtual Print Fee* (VPF).

Dentro del esquema tradicional de la exhibición de una película, las compañías distribuidoras se encargaban de realizar los rollos de película (copias) que serían distribuidos a razón de un rollo por cada sala de cine. Ya en 2013 sitios online como *factoriadelcine* estimaban un comparativo de precios entre una copia de 35 milímetros en unos 1200 euros, y una copia digital en 100 euros.

Sin embargo, a pesar de la reducción del costo con respecto a la manufactura de las copias en versión digital, hay otras aristas que es importante retomar, tales como la adaptación que tuvieron que hacer las compañías exhibidoras como Cinépolis o Cinemex al invertir millones de dólares en equipo de proyección digital. Se planteó entonces un esquema de recuperación para las exhibidoras mediante el cual las compañías distribuidoras se obligan a pagar una cuota, el VPF con un costo que llega a ser de hasta 800 dólares en México por cada pantalla en la que la película sea exhibida.

Al respecto del *Fee* por pantalla, el director de ventas de Corazón Films, Xavier Hernández, comenta que el VPF es variable: “Hay que aclarar que cada exhibidora tiene sus propias tarifas y reglas a la hora de hacer negociaciones” (Calderón, 2015). La variación puede depender de factores como el tamaño del film, y de la estrategia de lanzamiento a nivel nacional, o si es un *blockbuster*, estableciendo un VPF aproximado de 500 dólares a la semana.

Para dimensionar lo anterior, se muestran a continuación las 5 películas mexicanas con la mayor cantidad de copias, pantallas de exhibición y de ingresos, y las 5 películas mexicanas con menor cantidad copias, pantallas de exhibición y de ingresos que fueron estrenadas en 2015.

Tabla 4

| Película | Pantallas | # copias | Asistentes | Ingresos (pesos) |
|------------------------------------|-----------|----------|------------|------------------|
| Un gallo con muchos huevos | 3165 | 1891 | 4 131 013 | 167 808 502 |
| El gran pequeño | 1722 | 1100 | 3 342 259 | 148 326 392 |
| A la mala | 1487 | 1165 | 2 801 115 | 126 608 242 |
| Don gato. El inicio de la pandilla | 1480 | 615 | 1 471 288 | 54 105 750 |
| Gloria | 1969 | 774 | 750 817 | 34 947 069 |

Fuente: Imcine, 2015.

La película que obtuvo mayores ingresos es la que cuenta con un mayor número de copias y con mayor número de pantallas de exhibición. Con 3165 pantallas a razón de 800 dólares cada una, un monto estimado correspondiente al VPF que pudo haber contraído dicha producción es de 2.532.000 dólares.

Tabla 5

| Película | Pantallas | # copias | Asistentes | Ingresos (pesos) |
|----------------------|-----------|----------|------------|------------------|
| Escrito con sangre | 1 | 1 | 366 | 13 625 |
| L for leisure | 1 | 1 | 110 | 4 975 |
| La hora de la siesta | 1 | 1 | 47 | 2 080 |
| Rezeta | 1 | 1 | 38 | 1 750 |
| Cacahuete | 2 | 1 | 14 | 601 |

Fuente: Imcine, 2015.

En el caso de las películas que menor monto obtuvieron, solamente una fue exhibida en 2 salas de cine, pagando el VPF correspondiente (el doble que las otras de la tabla) y sus ingresos fueron menores. La apuesta por la exhibición en diversas pantallas se refleja en la cinta *Cuando den las tres*.

Tabla 6

| Película | Pantallas | # copias | Asistentes | Ingresos (pesos) |
|---------------------|-----------|----------|------------|------------------|
| Cuando den las tres | 16 | 1 | 805 | 32 395 |

Fuente: Imcine, 2015.

Esta película cuenta con solo una copia, pero apostó por ser exhibida en 16 pantallas (12.800 dólares), teniendo como resultado una asistencia de 805 personas e ingresos por 32.295 pesos.

Tabla 7

| Película | Pantallas | VPF (pesos) | # copias | Asistentes | Ingresos (pesos) |
|----------------------------|-----------|-------------|----------|------------|------------------|
| Un gallo con muchos huevos | 3165 | 47 348 400 | 1891 | 4 131 013 | 167 808 502 |
| Cuando den las tres | 16 | 239 360 | 1 | 805 | 32 395 |
| Cacahuate | 2 | 29 920 | 1 | 14 | 601 |

Nota: El valor del VPF reflejado en la tabla es resultante de un costo/pantalla alcanzable del VPF de 800 dólares, multiplicado por el número de pantallas de cada producción, con el tipo de cambio a 18,70 pesos el dólar.

Los resultados son muy dispares, tanto en el monto que cada producción decidió invertir para colocar su película en un número determinado de pantallas como en los ingresos obtenidos. Con una diferencia cercana a los 50 millones de pesos con respecto a la inversión que implicaría llevar *Un gallo con muchos huevos* a 3165 pantallas, por los 30 mil pesos que la película *Cacahuate* invertiría para tener derecho a ser exhibida en 2 pantallas.

Ya se comentó previamente que de acuerdo con datos proporcionados por Imcine el costo promedio de una producción cinematográfica es de 8 millones de pesos, por lo que es labor de las productoras encontrar esquemas atractivos para diversas marcas que puedan generar ingresos a favor de la producción, con estrategias tan válidas como el *product placement*, o bien los apoyos antes mencionados que proporciona el Estado por medio de Imcine (Foprocine, Fidecine, Eficine).

Anteriormente se decía que una cinta se estrenaba con determinado número de copias, ya que el formato en el que se distribuían era de 35 mm y por ende era necesario que cada cine contara con una copia física. No obstante, desde 2014 el 100% de los cines comerciales entró en la era de la digitalización y ahora se distribuye por pantallas, con el VPF por cada una de ellas. El costo de hacer una copia podía rondar los 10 mil pesos, ahora con los costos del DCP y VPF el costo se incrementa a unos 15 mil pesos, con un costo que ha sido establecido en dólares, por lo que, además, estaría sujeto al tipo de cambio peso-dólar.

Revisando los números, en un comparativo entre el dinero que una producción invierte en las pantallas de exhibición con su correspondiente VPF y los ingresos de taquilla, los resultados económicos estimados de las tres películas de la tabla anterior son los siguientes:

Tabla 8

| Película | VPF (pesos) | Ingresos (pesos) | VPF vs Ingresos |
|----------------------------|-------------|------------------|-----------------|
| Un gallo con muchos huevos | 47 348 400 | 167 808 502 | +120 460 102 |
| Cuando den las tres | 239 360 | 32 395 | -206 965 |
| Cacahuate | 29 920 | 601 | -29 319 |

Fuente: Imcine, 2015.

Queda en evidencia la pérdida de dinero en las dos producciones que solamente cuentan con una copia para distribución, aunque las pantallas de exhibición varían en número. En cambio, la apuesta de *Un gallo con muchos huevos* muestra saldo acreedor.

El anuario estadístico de cine mexicano 2015 destaca que de las 140 producciones realizadas en ese año, el 13% fue proyectado en todos los estados, y las películas con más de 200 copias representaron el 94% de los asistentes. A continuación una tabla comparativa con la totalidad de películas producidas en 2015 y el número de copias exhibidas.

Tabla 9

| Películas | Copias | Estreno en las 5 regiones del país (promedio) |
|-----------|-----------|---|
| 6 | 400+ | 5 |
| 12 | 200 - 399 | 4.9 |
| 9 | 50 - 199 | 5 |
| 17 | 10 - 49 | 4.58 |
| 21 | 2- 9 | 1.8 |
| 15 | 1 | 1.46 |

Fuente: Imcine, 2015.

Una de las mediciones más representativas para distinguir las películas independientes está representada en la tabla anterior, tanto en el número de copias como en las regiones del país en las que fueron exhibidas para su estreno. De hecho el mismo anuario expone textualmente, con respecto a la lista de películas con una copia para exhibición, que se trata de “estrenos independientes o de pequeñas distribuidoras creadas exprefeso para el lanzamiento de una película” (Imcine, 2015, p. 88). Es decir, medidas de emergencia tomadas por las producciones cinematográficas, para lograr la ansiada distribución/exhibición en las salas de cine.

4. Desempeño de películas independientes

Tomando en consideración las distinciones que hace Imcine en cuanto a número de copias, procedemos a tomar aquellas con menos de 10 copias como las producciones independientes, como parte del universo de estudio de esta investigación. Estas películas representan las siguientes cifras en cuanto a estreno y asistencia en 2015:

Tabla 10

| Películas | Copias | Estrenos mexicanos % | Asistencia a películas mexicanas % |
|-----------|--------|----------------------|------------------------------------|
| 36 | 1 - 9 | 45% | 1.14% |

Fuente: Imcine, 2015.

Con un total de 36 producciones independientes, las películas con un número de copias menor a 10 representan el 45% de los estrenos mexicanos en 2015, casi la mitad de las películas producidas en este año, y una asistencia del 1.14% es decir muy poco o nada conocidas por el espectador promedio. Con esas cifras el panorama en cuanto a asistencia es desolador para estas producciones. En cambio, en el área de la exhibición, el nicho de mercado crece cada vez más.

Tras la apertura de 278 salas de cine nuevas en 2015, el total de pantallas instaladas en el país alcanzó 6067, poseídas principalmente por dos cadenas: Cinépolis con 3037 y Cinemex 2541, lo que hace de México el cuarto lugar mundial en este rubro (López, 2016, p. 5).

En su momento, Sergio Olhovich fue otro de los directores de cine que apostó por una renovación del sistema de producción cinematográfica, solía decir que “...el cooperativismo es una de las formas más avanzadas de producción, por ello se erige como la opción para que el cine mexicano haga películas de calidad” (Cineteca Nacional, 2014, p. 5).

Enfatiza la intención de crear una cooperativa como un esquema fresco para la producción, basado en la unión de directores de cine para generar propuestas distintas, propias de un cine conocido popularmente como cine de autor.

De acuerdo a las cifras proporcionadas por la Cámara nacional de la industria cinematográfica (Canacine) en su sitio web, la taquilla de finales de mayo del 2016 registró los siguientes números:

Tabla 11

| Lugar | Película | Ingresos | Asistentes | Distribuidora |
|-------|----------------------------|------------|------------|--------------------|
| 1 | Alicia a través del espejo | 83,829,367 | 1,576,248 | Disney |
| 2 | X-Men Apocalipsis | 49,856,135 | 995,062 | Fox |
| 3 | ¿Qué culpa tiene el niño? | 23,908,576 | 467,785 | Diamond Films |
| 4 | Buenos Vecinos 2 | 21,113,878 | 422,352 | Universal Pictures |
| 5 | Angry Birds la película | 12,487,943 | 287,043 | Sony |
| 6 | La bruja | 10,152,997 | 206,201 | Universal Pictures |
| 7 | Lo mejor de mi vida | 5,111,198 | 87,772 | Gussi Cinema |
| 8 | Civil War | 3,932,740 | 86,164 | Disney |
| 9 | Rumbos paralelos | 3,081,285 | 62,500 | Videocine |
| 10 | El libro de la selva | 1,555,682 | 48,945 | Disney |

Fuente: Canacine, 2016.

Se perciben en esta tabla las condiciones de mercado en las que deben interactuar las producciones cinematográficas mexicanas en los rubros de distribución y exhibición en el país, reflejadas en los resultados de ingresos con una participación protagónica por parte de películas extranjeras en el top ten de este rubro.

En estos datos aportados por Rentrak vía Canacine es clara la desventaja de las producciones hechas en México representadas por las cintas: ¿Qué culpa tiene el niño?, que estrenó con más de 1700 copias, y *Rumbos paralelos*, cuyo estreno abarcó más de 400 copias. Ambas películas están alejadas del concepto de independientes abordado en este trabajo, y confirman la premisa y objetivos de este artículo: las condiciones de mercado para la distribución y exhibición de películas independientes son desfavorables y por tanto, no permiten la rentabilidad o bien la recuperación de la inversión inicial de este tipo de cintas.

Para concluir con esta investigación, entre los factores más importantes que afectan a estas producciones están: la atención que los medios de comunicación disponen a cintas extranjeras, el papel que las empresas dominantes de las áreas de distribución y exhibición ejercen en la industria cinematográfica mexicana, y desde luego el costo por pantalla (VPF) que deja lugar a dudas por las ambigüedades que presenta y han sido mostradas en este texto.

5. Propuestas y conclusión

Con los datos y cifras revelados en esta pesquisa queda clara la relación directamente proporcional entre el número de pantallas que exhiben una película y los ingresos en taquilla de la misma. Considerando dichos datos, se han generado las siguientes propuestas de mejora en este aspecto:

- El Instituto Mexicano de Cinematografía (Imcine) debe considerar el establecimiento de fondos de apoyo dedicados exclusivamente a la distribución/exhibición de películas independientes que cuenten con menos de 10 copias.
- Con respecto al *Virtual Print Fee*, hace falta un mayor involucramiento para definir: a) Un costo fijo y/o variable, para producciones nacionales y/o extranjeras. b) Esclarecer por cuánto tiempo más los productores y distribuidores deberán pagar el monto del VPF. Si se trató de una sola inversión de las compañías exhibidoras sería muy bueno incorporar una política de cuentas claras, un *open government* de la industria de la exhibición.
- Plantear un esquema de exhibición con una línea industrial, para dar oportunidad a las producciones de ser vistas cronológicamente. Desde luego, contando con filtros de calidad establecidos por las instancias de gobierno correspondientes.
- Aglutinar a los diversos actores de la industria cinematográfica: Asociación Mexicana de Artes y Ciencias Cinematográficas (AMACC), productores, distribuidores, exhibidores, gobierno (Secretaría de Cultura, Imcine), para determinar el valor del VPF, y con base en qué mercado se afinca dicho valor: nacional o internacional.

- Prever y agendar los temas que están por venir, como la distribución y exhibición vía satélite; y los costos, si es su caso, por el espacio satelital a ser utilizado.
- Incentivar e impulsar la creación y difusión de plataformas y medios emergentes en donde puedan ser exhibidas las producciones cinematográficas nacionales. Ejemplos como Netflix o filminlatino pueden ser tomados en cuenta; así como buscar el involucramiento de iniciativa privada, pública, además del sector académico.

Hoy en día el proceso de realización, distribución y exhibición de una película está volviendo a sus orígenes, el cinematógrafo nació como un medio de comunicación, como una atracción, como un modo de entretenimiento, como un negocio capaz de atraer a las masas, como una innovación tecnológica. Servía para filmar, para comentar y para exhibir lo filmado con tres pasos claramente definidos.

El primer paso (producción o realización) consistía en colocar la cámara en un lugar en donde pudiera considerarse que había una gran historia que contar, ya fuera esta real –las llamadas *vistas*, conocidas hoy como documental– o de ficción –filmaciones en estudio y con efectos especiales como lo hacía Méliès, o en exteriores.

En el segundo paso (distribución) el objetivo era convencer a un tercero de que la historia que se había filmado en el paso uno debía ser mostrada y, con su complicidad, conseguir uno o más escenarios para la exhibición (paso tres) de dicha filmación; tal como en su momento lo hicieron Gabriel Veyre y Claude Ferdinand Bon Bernard –enviados por los hermanos Lumière a México para mostrar las bondades del cinematógrafo a Porfirio Díaz, entre otros.

Anteriormente se mencionó –en la tabla 10– una cifra muy importante con respecto a los estrenos mexicanos en 2015: el 45% de ellos se debió a producciones independientes que terminaron con menos de 10 copias para ser distribuidas y exhibidas en el país, a diferencia de aquellas que con 50 o más copias, pudieron ser exhibidas en 50 o más pantallas.

Ese porcentaje de realizaciones independientes debe incrementar su participación en el mercado en términos de distribución y exhibición; de no ser así, cada vez habrá menor participación mexicana en el rubro de la producción cinematográfica. De no tomarse medidas como las propuestas en las conclusiones, seguramente las realizaciones mexicanas quedarán enclaustradas en un espacio digital poco visitado; el fenómeno del *enlatamiento* de antaño se traducirá pues en el almacenaje digital de una obra cinematográfica que paradójicamente, quedará expectante de un público al cual mostrarse.

Referencias bibliográficas

- Barradas Gurruchaga, A. (2015). *Cuatro sexenios y un cine dorado*. México: Benma editorial & Tecnológico de Monterrey.
- Calderón, L. (2015, marzo 8) ¿Quién está detrás de los estrenos en México? *Excelsior*. Recuperado de <http://bit.ly/1B2o6ci>.
- Canacine [Cámara Nacional de la Industria Cinematográfica] (2016). Taquilla del 27 al 29 de mayo de 2016. Recuperado de <http://canacine.org.mx/taquilla/>
- Cineteca Nacional (2014). *Medalla Salvador Toscano al mérito cinematográfico 2014* Recuperado de <http://bit.ly/2fv7xXn>.
- Cruz, M. (2016, mayo 30) El cine mexicano es prácticamente invisible, el discurso interrumpido de Paul Leduc en los premios Ariel. *El país*. Recuperado de <http://bit.ly/25yGm2r>.
- Fondeadora (2015). ¿Qué es fondeadora? Recuperado de <http://bit.ly/1puGd7g>.
- Forbes [Forbes Staff, México] (2013, junio 28). Nosotros los nobles: un éxito inesperado. Recuperado de <http://bit.ly/1ToptB7>.
- Imcine (2016). El instituto. Recuperado de <http://bit.ly/2fv7N8V>.
- Imcine (2015). Anuario Estadístico de Cine Mexicano 2015. Recuperado de <http://bit.ly/1Lao4Ls>.
- López, S.R. (2016, marzo-abril). El roce público, problemas y soluciones a la distribución del cine nacional. *Cine toma. Revista mexicana de cinematografía*, N° 45. p.5. Disponible en <http://bit.ly/2evYoe2>.
- Magaña, A. (2016, mayo 17). Análisis del cine independiente mexicano: ¿Qué culpa tiene el público? *Cine Premiere*. Recuperado de <http://bit.ly/2fLcpcu>.
- Martínez-Salanova, E. (2016). Cine independiente norteamericano. Recuperado de <http://bit.ly/2efkeWw>.
- Olaskoaga, A. (2015). *El mercado del cine en EEUU. Octubre 2015*. Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Los Ángeles. Recuperado de <http://bit.ly/2f9GNuP>.
- Pelayo, A. (2012). *La generación de la crisis, el cine independiente mexicano de los años ochenta*. México: Ed. Conaculta Imcine.
- Serrano, R. (2012) La hora de la siesta (The naptime). *Fondeadora*. México. Recuperado de <http://bit.ly/2fvO2fh>.