

En la calle República de Uruguay, ubicada en el Centro Histórico de la Ciudad de México se escucha el sonido del claxon de los autos, la campana de la basura, el ruido de locales que invitan a pasar a los clientes, es una mezcla de sonidos propia de un espacio tan neurálgico como lo son las calles de esta zona de la ciudad.

En el número 52 se encuentra una puerta roja que sobresale de los demás negocios alrededor. Aquí hay silencio, el lugar tiene un halo misterioso. En la fachada se lee “La Casa del Cine MX”, debajo hay un pequeño letrero en el lado izquierdo de la puerta donde se indican los horarios de apertura y cierre, se pone énfasis en que los lunes no hay función.

Mucha gente pasa con tanta prisa que ni siquiera voltea a mirar esa puerta tan llamativa, algunos otros sienten curiosidad y se quedan un rato intentando descifrar qué ofrece este lugar, dudan sobre entrar o no y, al final, sólo unos cuantos se atreven a pasar; también, están aquellos otros que entran con toda confianza, como si fuera su casa, para ellos es un lugar ya conocido.

“Vamos a ver si alcanzamos”-comenta un joven mientras ve la cartelera que se encuentra detrás de la puerta. Su compañero asiente y pasan hacia el pasillo donde se encuentran una serie de murales y anuncios en las paredes, al fondo, donde están las escaleras, se encuentra un letrero con luces que sobresale y que dice “cine”, acompañado de una flecha que señala arriba.

Al llegar al tercer piso, se encuentra una pizarra que señala dónde se encuentra la taquilla y los horarios de las funciones de cada día. Los jóvenes corren por sus boletos y piden dos para *El hoyo en la cerca (2022)*. La encargada de la taquilla dice que todavía hay lugares.

No parece que el lugar esté lleno pero tampoco está vacío, hay un flujo de gente constante, que si bien no va a las salas de cine, se encuentra en el espacio del fondo, donde se puede tomar un café y conversar con alguien, leer un libro o simplemente refugiarse del ruido y del caos del Centro Histórico, este lugar es mucho más que un cine.

“2020 pintaba para ser el mejor año. Cuando cayó la pandemia todo el mundo se agobió mucho porque nos dijeron que íbamos a cerrar por 15 días, luego nos dijeron que iba a ser un mes, luego nos dijeron que iban a ser tres meses y luego resulta que durante seis meses no pudimos abrir el lugar”, comparte Carlos Sosa, fundador de este proyecto.

Si bien la Casa del Cine no tenía deudas, tampoco contaba con la economía más holgada para absorber el shock financiero que traerían los meses de clausura de este cine. De esta manera,

se lanzaron proyectos en línea como encuentros con cineastas, cursos y talleres, además de campañas crowdfunding impulsadas por la comunidad del Centro Histórico para conseguir fondos y mantener abierto el lugar.

Algunos miembros de la comunidad cinematográfica como Pablo Zimbrón, Gerardo Gatica, Alberto Muffelmann, Laura Imperiale, Carlos Hernández, entre otros productores, hicieron donativos personales para seguir pagando honorarios y apoyar este cine independiente.

Se recibió también el apoyo de la Alcaldía Cuauhtémoc. Se trató de un fondo de emergencia para espacios culturales con el fin de solventar parte de los daños económicos causados ante el cierre prolongado de estos espacios. El director de la Casa del Cine en ese período, Carlos Sosa, tenía ciertas dudas sobre este apoyo, aunque según sus propias palabras, funcionó de manera eficiente y directa.

“Fue un apoyo como de primer mundo porque cuando nos llamaron para decirnos que nos iban a dar un apoyo, yo les dije ¿qué quieren a cambio? Y ellos contestaron: “solamente que no cierren, que tengan para poder seguirle pagando a su gente” y nos dieron 80,000 pesos, que en ese momento para nosotros fue como si nos hubieran dado 4 millones de dólares.”

Ante la crisis, se vislumbraba la recuperación de estos espacios con la reapertura de cines en septiembre de 2020. Un nuevo incremento de contagios dio pie a lo que conoceríamos como la segunda ola de la pandemia y de nuevo, el 18 de diciembre de 2020, las salas volvieron a cerrar.

Carlos Sosa se volvería a reunir con el equipo de la Casa del Cine, ante un panorama muy incierto, tomó la decisión de no continuar más con este proyecto, pues era una necesidad, según sus socios.

Carlos recuerda: “ese día dije “no puedo más”, no puedo más porque yo ya no tenía dinero y porque también tenía mis propias responsabilidades. Al otro día hablé con todo el equipo y les dije trabajamos hasta diciembre, hasta el 15 de diciembre y se cierra para siempre.”

El 11 de diciembre de 2020, en sus redes sociales, se compartió un comunicado que llevaba por título [Nos vamos de la Casa¹](https://lacasadelcine.mx/nos-vamos-de-la-casa/), en este texto se agradecía el apoyo a todos los socios, colegas, empleados y gente que apoyó por 10 años el proyecto. En el comunicado se leía lo siguiente:

¹ “Nos vamos de la Casa”, *La Casa del Cine MX*, 11 de diciembre 2020, <https://lacasadelcine.mx/nos-vamos-de-la-casa/>

“Hoy, debido a la situación actual, hemos tomado la decisión de tomar una pausa, de cerrar este espacio y despedirnos aplaudiendo cada uno de nuestros logros, que no fueron pocos. Es momento de parar y observar para intentar comprender qué depara el futuro con respecto a las nuevas formas de ver cine.”

Tras el comunicado de despedida, las muestras de apoyo no se hicieron esperar. Varios correos con historias conmovedoras sobre la Casa del Cine llegaban a diario a la cuenta de correo del aquel entonces director del lugar.

Panorama en cifras.

Era un escenario nunca antes visto, un evento catastrófico para el que la industria cinematográfica no estaba preparada. [La Cámara Nacional de la Industria Cinematográfica \(Canacine\)](#)² reveló que en el año 2020 existió una reducción del 80% de los ingresos en taquilla. En 2019 se vendieron un total de 335 millones de boletos, mientras que en el 2020 apenas fueron 62 millones.

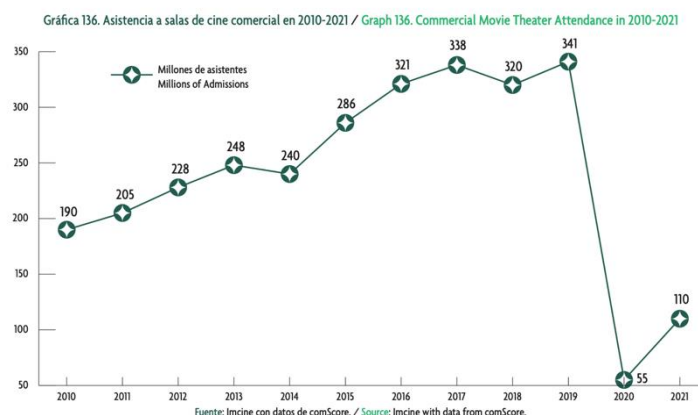


La pandemia golpeó fuertemente a la industria cinematográfica, principalmente en el año 2020 cuando los cines se vieron obligados a cerrar por lapsos de tiempo nunca antes registrados en la historia. Aún con una contingencia sanitaria vigente y ante la incertidumbre, la gente volvió paulatinamente a los cines, así lo confirma el Anuario Estadístico de Cine Mexicano del IMCINE³.

² “Resultados preliminares 2020”, *Canacine*, diciembre 2020, http://canacine.org.mx/wp-content/uploads/2021/01/Asamblea-15.dic_.20.pdf

³ Secretaría de Cultura, *Anuario Estadístico de Cine Mexicano 2021*, Ciudad de México, 2022.

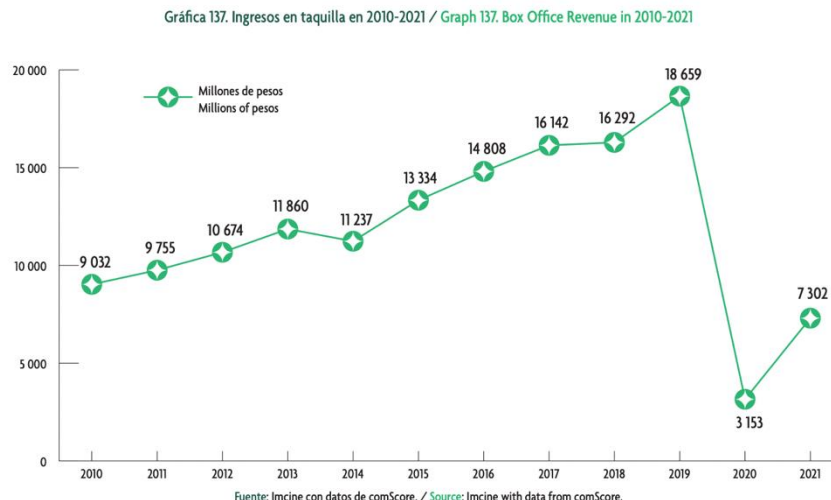
El Anuario Estadístico de 2021 reveló que se registró una asistencia en cines de 110 millones de personas, es decir, un incremento del 100% con respecto al año precedente, donde se contabilizó únicamente la asistencia de 55 millones. Pero menos de una tercera parte de la asistencia de 2019 (341 millones).



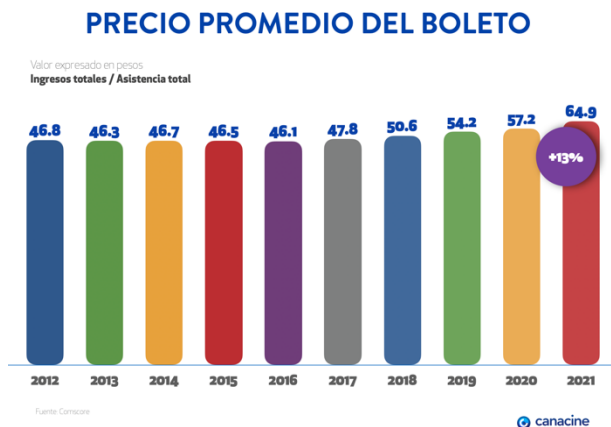
El mes en el que se registró mayor asistencia fue en diciembre, época en la que se estrenó la película más taquillera en México: *Spiderman: No Way Home*, película dirigida por Jon Watts, estrenada en 922 complejos en la República Mexicana, en un total de 7274 pantallas y con un ingreso que contabiliza 1 275 073 478 pesos mexicanos. Un blockbuster clave que trajo de vuelta al cine a las audiencias mexicanas.

Asimismo, el Anuario del IMCINE indicó que se registró un aumento del 131.5% de los ingresos de taquilla en el año 2021 (7302 millones de pesos) a comparación del año 2020 (3153 millones de pesos), aún muy lejos de los 18 659 millones de pesos que se registraron en 2019.

El total de películas estrenadas en 2021 fue de 289, apenas un 63% del total de películas estrenadas en 2019 (454 películas). Sólo el 24% del total de películas estrenadas en 2021 fueron mexicanas, 33 % más que en 2020, y con un total de 4 827 596 espectadores. El título nacional más taquillero fue *El mesero*, que acumuló 1 034 143 asistentes en sus 11 semanas de exhibición.



[Canacine](#)⁴ estableció que en 2021 se registró un aumento en el número de boletos vendidos con un total 113.6 millones de boletos, 76% más que en 2020, donde sólo se registraron 64.5 millones, pero apenas un 32% de lo que se vendió en 2019 (350 millones). Una de las malas noticias es que en 2021 aumentó un 13% el costo promedio de un boleto de cine, en 2020 era de 57.2 pesos y en 2021 el promedio indicaba ser de 64.9 pesos por boleto, casi un 20% más que en 2019, donde el precio promedio estaba en 54.2 pesos.



Los resultados estadísticos que proporciona Canacine⁵, con fecha de corte en agosto de 2022, mostraron que el segundo cuatrimestre de este año se registró un aumento del 131% en los ingresos de taquilla en México con 8126 millones recaudados a comparación de los 3504 millones de 2021 durante estos meses. Además, aumentaron los boletos vendidos un

⁴ “Resultados definitivos 1 de enero a 31 de diciembre 2021”, *Canacine*, 2022, <http://canacine.org.mx/wp-content/uploads/2022/01/Resultados-definitivos-2021-2.pdf>

⁵ “Resultados 2º cuatrimestre 2022”, *Canacine*, agosto 2022, <http://canacine.org.mx/wp-content/uploads/2022/08/Resultados-al-2o-Cuatrimstre'22-1.pdf>

124%, con un total de 121 millones, de los cuales, sólo 3.6 millones son boletos para ver cine mexicano.



La Casa del Cine regresa.

Un espacio clave para la exhibición del cine mexicano es La Casa del Cine. ¿Cómo se iba a permitir su clausura si es uno de los referentes dentro del circuito de exhibición alternativa, independiente y de cine nacional? El rescate de este espacio independiente se logró gracias a una cinéfila, que no estaba inmersa en la industria cinematográfica.

Ximena Hernández tomó el riesgo de recuperar este espacio junto con un grupo de inversionistas formado por: Agustín Gutiérrez, Emmanuelle Paulín, Carolina Herrera y Raúl de la Sierra, de la mano de Carlos Sosa, Jorge Sánchez y Mónica Lozano. Ellos reabrieron la Casa del Cine al público el 14 de mayo de 2021.

La Casa del Cine volvió a sorprender a todos, pues a pesar de tener un aforo limitado en salas del 20% por precaución sanitaria, se dio buena respuesta a la reapertura de este cine con una taquilla arriba del 40% y un flujo de gente constante, la cual se ha mantenido hasta la actualidad con un promedio de 400 asistentes semanales. Carlos Sosa indica que se mantuvo al 100% la identidad del lugar, pero la forma de hacer proyectos, proyecciones y actividades tomaron un nuevo aire bajo la nueva administración.

La directora del lugar duda que exista gente que ya no tenga el deseo de asistir al cine: “por más que digan que el cine se va a morir, que entre el streaming y entre las cadenas grandes va a desaparecer, yo creo que sí hay un porcentaje de personas que nunca van a dejar de ir al cine, porque la experiencia que te da el cine es completamente distinta.”

Ximena Hernández está de acuerdo con que las audiencias ya no son lo que eran antes y que mucha gente prefiere ver cine desde sus hogares, pero siempre existirá público para el tipo

de películas que se exhiben en La Casa del Cine, incluso afirma que se necesitan más espacios alternativos: “faltan escaparates para que se haga más público para esta oferta, hay muchas personas que no saben la cantidad de películas mexicanas increíbles que hay porque están en muy poquitos lugares.”

Después del anuncio del cierre de las salas de la Casa de Cine, se anunció que este proyecto se acabaría definitivamente en su formato físico pero que se trasladaría a un formato virtual que llevaría el nombre de Casa del Cine Tv, un archivo audiovisual.

En Casa del Cine Tv⁶, se muestran audiovisuales que realizó La casa del Cine MX con el apoyo del Fideicomiso Centro, en específico, cinco micro documentales dirigidos por la cineasta Mónica Álvarez Franco, con el objetivo de generar conocimiento sobre el patrimonio de la Ciudad de México.

Ximena Hernández indicó que un principio se planeaba seguir subiendo contenido a ese espacio virtual, pero que, en realidad, ese proyecto se abandonó porque la mayor apuesta desde un inicio era hacer regresar a las personas a las salas cuando las condiciones sanitarias lo permitieran.

La nueva administración de La Casa del Cine enfocó todos los recursos disponibles a recuperar el espacio y ofrecer experiencia presencial. Ahora busca que la gente salga de sus hogares y vaya a las salas de cine, que pueda descubrir otros contenidos cinematográficos mexicanos y latinoamericanos, además de aquellos que se ofrecen en cines comerciales o plataformas de streaming.

Exhibición en cines comerciales.

Los daños derivados de la crisis de coronavirus no sólo afectaron a los espacios de exhibición independientes, también las salas comerciales tuvieron grandes pérdidas económicas. Hubo una caída grande en la venta de boletos por el tiempo prolongado que los cines estuvieron cerrados durante buena parte del año 2020 y 2021. Algunos cines cerraron definitivamente y los que se mantuvieron activos, cuando pudieron abrir, tuvieron que seguir las indicaciones sanitarias y ofrecer funciones con aforos limitados de 30% o 50% .

⁶ “La Casa del Cine Tv”, *Casa del Cine MX*, <https://lacasadeltv.mx/la-casa-del-cine-tv/>

Una nota periodística del medio *Expansión*⁷ en 2021, menciona que Cinépolis, la cadena comercial más popular en México, “colocó 50 millones de entradas de cine en el mundo en 2020, 15% de los 336 millones que vendió durante el año anterior”

Mientras que, Grupo Cinemex, la segunda cadena de cines más grande de México, cerraría indefinidamente 145 salas de cine y trabajaría con los bancos para reestructurar al menos 230 millones de dólares en deuda.

Tábata Vilar, directora general de Canacine, se muestra optimista y apunta a que en 2022 los cines se están recuperando y ya se están abriendo nuevos complejos de exhibición, quizás no en los mismos lugares, pero esta crisis permitió a las cadenas “revisar detenidamente su estructura de localización de cines para buscar ser más eficientes”.

Años antes de declararse la emergencia sanitaria por COVID-19, ya se podía ver en México una dependencia clara al consumo de películas de Hollywood y al cine estadounidense, principalmente en sagas o películas con producciones tan grandes como *El Señor de los Anillos*, el regreso de *Star Wars* y las películas de superhéroes de Marvel.

En Estados Unidos las condiciones para reabrir cines fueron más rígidas que en otros países del mundo y por tanto, esto dio lugar a que las grandes producciones aplazaran sus estrenos y tardaran más tiempo de lo planeado en salir y, en consecuencia, se generaran grandes pérdidas económicas no sólo en su país de proveniencia sino en países dependientes de sus productos como México y otros países Latinoamericanos.

Tábata Vilar, apunta a que los cines mexicanos sufrieron en gran parte debido a la dependencia a los blockbusters y a la poca producción mexicana que en realidad conecta con su público. Vilar hace énfasis en que “los cines de todo el mundo sufrieron, pero sufrieron menos los que tenían producto local, películas locales para hacer frente a la crisis de entonces”.

En la página oficial de Canacine se puede observar cómo es la asistencia a cines en fines de semana. 4.5 millones de boletos se vendían los fines de semana antes de la pandemia. Ahora, en 2022, durante enero y febrero apenas se llegó al millón y medio, en marzo entre 3 y 2 millones, hasta mayo se comenzaron a vender más de 5 millones, lo que apunta a que en la

⁷ Eladio González y Mara Echeverría, “Cines: un año de terror que no termina”, *Expansión*, 15 de febrero de 2021, <https://expansion.mx/empresas/2021/02/15/cines-un-ano-de-terror-que-no-termina#:~:text=Cin%C3%A9polis%20coloc%C3%B3%2050%20millones%20de,de%20ellos%20en%20territorio%20mexicano>.

actualidad los cines se encuentran en un período de recuperación que apenas y muestra un comportamiento similar al de la taquilla antes de la pandemia.

La diferencia, indica la directora de Canacine, es que hay menos estrenos por parte de Hollywood, una caída importante que ronda entre el 20 y 30% menor en los estrenos a nivel mundial, no sólo en Estados Unidos. Las películas grandes, con gran presupuesto de producción son las que se exhiben en los cines, mientras que las películas medianas o chicas terminan en otros espacios de exhibición como lo son las plataformas de streaming.

La ventana de exhibición era de 90 días, ahora hay una gran presión por reducir esa ventana, a veces a 4 o 6 semanas, depende de la negociación que se haga con cada casa distribuidora. Si las películas medianas o chicas llegan a exhibirse en cines, lo hacen para que puedan ir a las plataformas pronto.

“Ese anaquel de películas medianas y chicas, luego no les generan la suficiente promoción y entonces, aunque las estrenan, no hacen los números que hacían antes porque no les generan suficiente promoción, esa es una de las realidades que están afectando de manera importante la exhibición”, comenta Vilar.

Canacine prevé que surja una caída de un 20% respecto a lo que se vendía pre pandemia o en el pre modelo de mandar un conjunto de películas de diferente tamaño en donde las ganancias de unas compensan las pérdidas de otra.

Una tendencia positiva que observa Táбата Vilar en el panorama de la exhibición actualmente son las películas independientes que sin mucha promoción han logrado contribuir y aumentar las ventas en taquilla. Películas como *Everything Everywhere All At Once*, *Teléfono Negro* son ejemplo de filmes independientes, que tienen un mercado y que, sin hacerlas grandes y sin hacer un gran gasto en su publicidad están contribuyendo a que las ventas suban, las audiencias acudan a los cines y la taquilla se recupere .

Canacine confirma, con respecto al cine mexicano, que no hacen falta ventanas de exhibición sino contenidos de calidad que conecten con su público. La institución se encuentra trabajando en proyectos que mejoren las producciones mexicanas, en donde se mejoren los guiones y se desarrollen escritores para que “esos anaqueles, que Hollywood ha dejado vacíos, los llenemos con películas mexicanas que conecten con el público, con un buen cine que venda boletos, esa es la idea.”

En 2017, el Instituto Belisario Domínguez realizó una [investigación](#)⁸ que demostraba que México era el cuarto país con más salas de cine en el mundo, además de ser el que más boletos vendía.

“Somos un mercado importante, quizás en el momento en que lo conviertes a dólares no nos volvemos tan relevantes en materia económica, pero sí en materia numérica, en términos de mucha gente que va al cine”, menciona Tábata Vilar.

La pandemia demostró que las producciones cinematográficas seguirán consumiéndose en casa o en salas de cine. La gente sigue comprando su boleto para asistir a una función así como también sigue pagando su suscripción mensual para disfrutar de cierto catálogo de contenidos.

La directora de Canacine establece que ambas opciones, la virtual y la física, no son antagonistas sino complementarias porque la gente seguirá consumiendo películas en cines o en sus hogares.

Sin embargo, la verdadera competencia ya no es por el público sino por el contenido de calidad y la atención hacia ese contenido y esta competencia no es exclusiva de cines y plataformas, sino de conciertos, realidad virtual, experiencias en tercera dimensión, redes sociales. Por esta razón, Vilar considera necesario mejorar los productos cinematográficos mexicanos: “La competencia está ruda, pero eso nos lleva a la calidad y por eso el cine mexicano tiene que hacer un gran esfuerzo por ponerse ad hoc con esta calidad.”

Espacios al aire libre y virtuales.

El 19 de febrero de 2021 la Secretaría de Cultura lanzó un comunicado⁹ en el que se anunciaba que la Cineteca Nacional reiniciaría actividades de forma parcial, con proyecciones al aire libre gratuitas, después de tener dos meses de suspensión de actividades debido a la contingencia sanitaria.

⁸ Christian Uziel García Reyes, “15 de agosto. Día Nacional del Cine Mexicano”, *Visor Ciudadano*, #61, agosto de 2018, <http://bibliodigitalibd.senado.gob.mx/bitstream/handle/123456789/4069/VISOR%20CIUDADANO%2061.%2015%20DE%20AGOSTO.%20DÍA%20NACIONAL%20DEL%20CINE%20MEXICANO.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

⁹ Secretaría de Cultura, “Al aire libre, la Cineteca retoma actividades”, Gobierno de México, 19 de febrero 2021, <https://www.gob.mx/cultura/prensa/al-aire-libre-la-cineteca-nacional-retoma-actividades>

A pesar de que el aforo tuvo una reducción de 750 personas a 200 para evitar el aumento de contagios y seguir las medidas de prevención, la gente se mostró entusiasmada de asistir a la serie de proyecciones que programó este recinto. Según el Anuario Estadístico del IMCINE, la asistencia a este espacio de exhibición comenzó a regularizarse a partir del 19 de febrero de 2021, principalmente con las proyecciones al aire libre en el Foro al Aire Libre Gabriel Figueroa, posteriormente en salas y demás áreas.

Durante 2021 se contabilizaron un total de 487 740 asistentes, se programaron 141 estrenos, de los cuales 48 fueron mexicanos, además de contar con ciclos, retrospectivas, muestras y títulos de los festivales más relevantes del país. Otro de los aportes significativos que tuvo la Cineteca Nacional en ese año fue la presentación de la Sala Virtual, una plataforma que extiende su contenido a los espacios digitales.

Según una nota publicada por [Milenio](#)¹⁰, la Sala Virtual fue concebida como una réplica de la Cineteca física, pues todas las películas tienen la garantía de haberse exhibido antes en sus salas. Además, tiene la ventaja de que por el precio de un sólo boleto normal, la función puede ser vista por múltiples personas y no sólo por una, en todo el territorio nacional, para el 5 de agosto de 2021 la Sala Virtual acumuló cerca de 13 mil 790 visionados.

El 18 de junio la Sala Virtual cumplió un año de funcionamiento en el que, según un [comunicado](#)¹¹ de la Secretaría de Cultura, exhibió 105 películas con 8 funciones diarias, lo que equivale a un total de 2,920 funciones con títulos como *La Dolce Vita*, *Planeta Salvaje*, *Al final Bailamos*, *Una ronda más*, entre otras.

Otro espacio independiente que adoptó el modelo híbrido entre las proyecciones en salas (cuando fue posible abrir), las proyecciones al aire libre y la exhibición virtual fue el Cine Tonalá. Este proyecto tiene un modelo de negocios donde mantiene otras líneas de ingreso además de la exhibición de películas, como actividades y presentaciones en vivo, funge como distribuidora y cuenta con un restaurante.

A finales de marzo de 2020 fue el lanzamiento de Tonalá.tv, una plataforma VOD a través de Eyelet, un agregador de contenidos en el que se crea un canal que funciona como una plataforma de streaming. Este lanzamiento abrió la puerta a alianzas con marcas como la

¹⁰ “¡Cine en casa! Así funciona la nueva sala virtual de la Cineteca Nacional”, *Milenio*, 8 de agosto de 2021, <https://www.milenio.com/espectaculos/cine/cineteca-nacional-funciona-sala-virtual-precios-peliculas>

¹¹ Secretaría de Cultura, “Sala Virtual de Cineteca festeja su primer aniversario”, *Gobierno de México*, 16 de junio 2022, <https://www.gob.mx/cultura/prensa/sala-virtual-de-cineteca-festeja-su-primer-aniversario>

cerveza Stella Artois, este tipo de tratos ayudó a que se pagara la nómina de los empleados durante la pandemia.

Cine Tonalá no se encarga de cerrar ninguna negociación con las distribuidoras ni con los agentes de venta, eso lo hace Eyelet, Cine Tonalá se encarga de seleccionar las películas para ver en Tonalá TV. Eyelet indica cuánta gente vio la película y las pequeñas ganancias que se generaron. Juan Pablo Bastarrachea, fundador y socio de Cine Tonalá, admite que desde que abrieron su espacio físico, han actualizado poco Tonalá.tv pero que justo ahora están retomando este proyecto. “Para que siempre tenga mucha vida, a pesar de que sabemos que pasará poca gente por ahí”, menciona Bastarrachea.

Otra opción que ofreció Cine Tonalá durante los meses de encierro fue Tonalá Live, lo que se conoce como Cine Virtual. Un esquema que fue muy popular en Estados Unidos, esta opción consiste en ofrecer funciones digitales exclusivas de películas en cartelera en cines, disponibles en un día y horario específico en una plataforma de streaming.

Tonalá Live ofreció 6 sesiones, que no se realizaron a través de Eyelet sino que a través de su propia taquilla y el éxito de este proyecto significó para Cine Tonalá contar con otra ventana de exhibición, además de su única sala física que consta tan sólo de 90 butacas. En Tonalá Live se podía alcanzar la asistencia de 150 personas, lo que significa dos funciones buenas en su sala física.

La virtualidad fue una gran ventana de oportunidad para Cine Tonalá; sin embargo, estar abiertos para ellos significaba mucho. En 2021 aplicaron al apoyo de FOCINE, ese apoyo económico, menciona Bastarrachea, sirvió para poder darle mantenimiento al lugar, impermeabilizarlo, arreglar los baños que tenían problemas, Cine Tonalá quería poder reabrir con un lugar con algunas mejoras, se planeaba resolver principalmente aquellos problemas que se venían arrastrando tiempo atrás.

Además del mantenimiento, el equipo de Cine Tonalá adquirió un proyector al aire libre. Estas presentaciones proyectan principalmente cine mexicano y cortometrajes. Durante los diez años de Cine Tonalá, se han mostrado cortos, pero ahora, gracias al proyector han logrado realizar programas enfocados en los cortometrajes con la curaduría hecha por Ernesto Martínez Agraz, en conjunto con un colectivo externo que se llama Arcano.

Juan Pablo Bastarrachea indica que el principal limitante de Cine Tonalá es el espacio, pues con sólo una sala física es complicado ofrecer funciones para todos, pero sin duda, al contar

con proyecciones al aire libre y dos opciones virtuales, las ventanas de exhibición de este cine se han podido expandir.

A pesar de que el segundo cierre, de diciembre de 2020 a marzo de 2021, fue el más duro para el equipo de Cine Tonalá, debido a que la crisis ya les había generado una deuda muy alta, alrededor de casi un millón de pesos, este espacio ha demostrado resistencia y a partir de abril terminaron de pagar esas cuotas pendientes con caseros y algunos proveedores.

Hoy se ve una recuperación en este espacio. Antes de la pandemia la asistencia mensual oscilaba entre los 3500 asistentes, durante la pandemia era tan sólo el 10%, es decir, apenas 300 asistentes y ahora, se registra una asistencia casi igual que las cifras pre pandemia con un total de 3000 asistentes al mes.

Desde que Cine Tonalá abrió, han tenido una programación muy similar a un festival, es decir, constantemente tienen invitados que presentan las películas, buscan seguir brindando la mejor experiencia posible para el público, generando un impacto positivo en la comunidad y seguir generando empleos.

A pesar de la incertidumbre y los obstáculos que la pandemia trajo consigo, Juan Pablo Bastarrachea afirma lo siguiente: “ante todos los obstáculos que hemos tenido a partir de la pandemia en este momento siento que estamos ya no nada más como estábamos antes de que empezara la pandemia, sino yo creo que incluso un poco mejor.”

¿Qué busca ver el público?

La pandemia aceleró los procesos de cambio en la industria cinematográfica. Gracias al confinamiento, las plataformas de streaming y las redes sociales nunca han sido más populares y, para los usuarios una mejor apuesta, a comparación de la incierta situación que vivieron las salas físicas con sus cierres intermitentes y su difícil accesibilidad.

Ahora que los cines están abiertos con su capacidad al 100% ¿realmente el público sigue yendo de forma constante? *Civic Science*¹² intentó responder esta pregunta en octubre de 2021.

Se le preguntó a más de 60 000 adultos estadounidenses cuándo se sentirían cómodos yendo a una sala de cine y la mayoría (54 %) informó que estaría dispuesto a regresar en las

¹² Jason Collins, “More Than Half of Americans Would Prefer to Stream New Movie Releases at Home”, Civic Science, 19 de octubre de 2021, <https://civicscience.com/more-than-half-of-americans-would-prefer-to-stream-new-movie-releases-at-home/>

próximas 3 semanas. Si bien esta estadística puede ser optimista para la industria del cine, más de un tercio (36 %) de los encuestados informaron que solo se sentirían cómodos si regresaran después.

How soon from now would you be comfortable going to a movie theater?

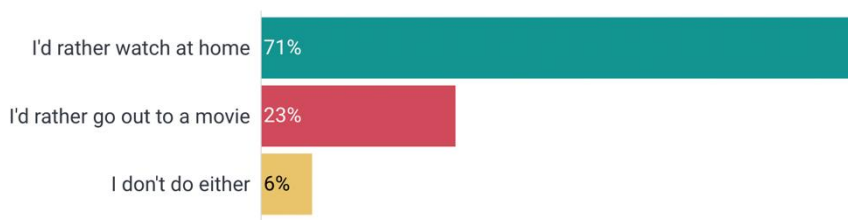


21,631 responses from 09/14/2021 to 10/14/2021
Weighted by U.S. Census 18+
© CivicScience 2021



Los datos recopilados por CivicScience muestran que la gran mayoría de los adultos estadounidenses (71 %) prefieren ver algo en casa antes que salir a ver una película. Menos de una cuarta parte (23%) prefiere lo contrario.

Would you rather watch something at home or go out to a movie?

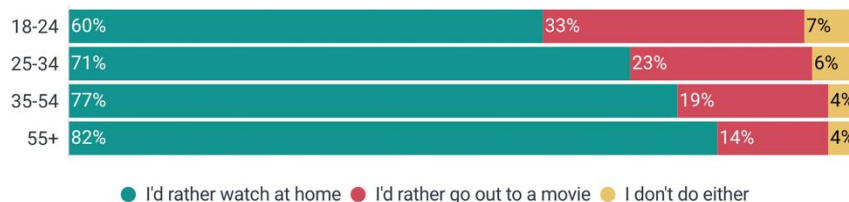


20,247 responses from 09/11/2021 to 10/14/2021
Weighted by U.S. Census 18+
© CivicScience 2021



La edad, al parecer, juega un papel importante en esta preferencia. En general, cuanto mayor es una persona, es más probable que prefiera mirar algo en casa a salir. De hecho, los estadounidenses mayores de 65 años tienen un 22 % más de probabilidades de preferir ver una película en casa que salir a ver una película que los menores de 25 años.

Would you rather watch something at home or go out to a movie? by Age



20,247 responses from 09/11/2021 to 10/14/2021
Weighted by U.S. Census 18+
© CivicScience 2021



Un aspecto positivo es que, aunque la gran mayoría de los estadounidenses prefieren ver películas en casa que salir a ver una película, las estadísticas sobre los estrenos de películas nuevas parecen estar distribuidas de manera más uniforme. Un poco más de la mitad (56 %) de los adultos de EE. UU. seguirán prefiriendo hacer streaming en casa, aunque el 44 % informó que preferiría ver los nuevos estrenos en los cines.

When new movies are released simultaneously to theaters and streaming services, how do you prefer to watch them for the first time?



1,669 responses from 10/06/2021 to 10/11/2021
Weighted by U.S. Census 18+
© CivicScience 2021



Las películas grandes y caras funcionan en la pantalla grande, ellas son las que traen de vuelta al público a las salas en esta etapa post pandemia. Poco más lo hace. El aumento de los precios de las entradas y los formatos como IMAX 3D, 4DX y D-Box también han dado paso a la "eventificación" de las películas.

El formato híbrido virtual/presencial al parecer quedó para quedarse, pero los cines comerciales se están perfilando como lugares para asistir en determinadas fechas, ante grandes estrenos que son una apuesta segura para la taquilla, aquellas películas a las que se les da visibilidad y gran promoción.

En un cine independiente de la Ciudad de México, se le preguntó a sus trabajadores y a los asistentes ¿qué veían en el cine y qué opinaban de las plataformas de streaming?. Las respuestas fueron muy diversas, se realizaron un total de 7 entrevistas, el total de gente que

se encontraba disponible en el lugar, si bien, mucha gente estaba ahí para ver algo de cine de autor o independiente, comentaban que también son asiduos asistentes de los cines comerciales porque también se sienten atraídos a los Blockbusters. La mayoría de la gente que se encontraba en el recinto era gente joven y adulta.

“La oferta es grande, hay muchos contenidos, tenemos mayor acceso a series en internet pero me gustaría que aumentara la cantidad de salas independientes, porque en ciudades o pueblos pequeños es muy difícil el acceso a las películas de autor, me gustaría que se ampliara la oferta de exhibición de ese tipo”, dice Karla Díaz, quien se encarga de atender la taquilla.

“Trabajo en un cine independiente pero voy poco al cine, no conozco mucho, yo consumo cine americano porque me gusta la acción, crecí con ese gusto. Me gustan otras películas, pero lo inesperado o lo incierto es lo que me atrapa y eso lo encuentro en las películas de acción. Yo lo veo todo en línea porque me ahorro tiempo de traslado”, comenta el encargado de la barra, quien decidió no dar su nombre.

“Yo conozco cine independiente porque trabajo aquí, yo no conocía este tipo de películas antes, me gusta, aunque veo más cine de acción, sobre todo en Netflix”, comenta Araceli Moreno, empleada.

La misma pregunta se realizó en un cine comercial cercano. Las respuestas, en esta ocasión fueron más similares, se hicieron un total de veinte entrevistas, gran porcentaje mencionó que sus películas de interés son principalmente de los géneros de acción, terror y comedia. Todos los estrenos que esperan son principalmente Blockbusters como *Avatar* o *Black Panther*, películas predominantemente extranjeras y de superhéroes, sólo un empleado se encuentra entusiasmado por el estreno de una película mexicana: *Soy tu fan*.

Además, todos mencionaron que se encuentran suscritos a alguna plataforma de streaming, principalmente Netflix, aunque prefieren, sin dudarlo, ir a los cines a ver algún estreno antes que verlo en casa.

“Las plataformas ayudan con la piratería, yo gastaba 20 o 30 pesos por película en el tianguis. Ahora puedo pagar sólo 100 pesos y tener acceso a muchas películas. Aunque, prefiero ir al cine porque la experiencia es única, cuando voy al cine pueden pasar muchas cosas buenas o malas, hay mucha emoción, no sabes qué va a pasar.”, así lo expresa Leonardo Segura, quien atiende en dulcería.

“Me gustan las películas de acción porque no me dan tiempo de relajarme demasiado y así puedo poner atención. Por eso prefiero ir al cine, en especial el cine comercial porque es más fácil ir, no es tan complicado y hay más opciones. Me gustaría ver series en cine, como la nueva de los *Anillos del Poder*, así podría ver detalles que en una pantalla chica no puedo”, dice Anais Ayala, asistente.

“Yo creo que las plataformas antes eran buenas, ahora cada vez son más caras. No voy mucho al cine porque trabajo, pero en mis tiempos libres prefiero venir y salir, antes que quedarme en casa”, menciona un empleado.

Tras la reapertura, se han registrado taquillas en *sold out* ante estrenos como *Spiderman No Way Home* y se ha visto el regreso paulatino del público a los cines, pero la situación aún no deja ser insegura, algunos casos como el de *Cineworld*¹³, la segunda cadena de cines más grande en el mundo, que recientemente, en agosto de 2022, anunció que se está preparando para declararse en bancarota, ha demostrado que tal vez apuntarle sólo a la exhibición de *blockbusters* no sea suficiente para regresar a la normalidad.

Como informó The Wall Street Journal¹⁴, la compañía confiaba en películas taquilleras como *The Batman*, *Top Gun: Maverick* y *Thor: Love and Thunder* para impulsar las ventas de entradas a los cines, pero las cifras actuales son más bajas de lo previsto. *Cineworld* también comentó que simplemente no hay suficientes películas programadas para estrenarse en los próximos meses, lo que significa que no se espera un giro positivo en las ganancias hasta finales de 2022.

IGN apunta que Cineworld Group Plc, actualmente está hablando con abogados de Kirkland and Ellis LLP y consultores de AlixPartners para ayudar con su declaración de bancarota. También se declaró en bancarota durante el apogeo de COVID-19 en 2020, pero se salvó gracias a un salvavidas de los acreedores.

Los cines comerciales son los que deben comenzar a reinventarse, indica Juan Pablo Bastarrachea, “los espacios independientes creo que tienen que resistir, más que reinventarse y los espacios comerciales creo que se tienen que reinventar porque no sé si la antigua forma

¹³ Ryan Dinsdale, “The World's Second Biggest Theater Chain Is Filing for Bankruptcy”, *IGN*, 19 de agosto 2022, https://www.ign.com/articles/cineworld-regal-filing-bankruptcy-theater-cinema-chain?utm_source=digg

¹⁴ Alexander, Gladstone, “Regal Owner Cineworld Nears Bankruptcy as Theater Comeback Lags”, *The Wall Street Journal*, 19 de agosto 2022, <https://www.wsj.com/articles/regal-cinemas-owner-cineworld-prepares-for-bankruptcy-filing-11660910944>

de tener un lugar de muchísimas salas, con un par de películas, que en dos semanas van a salir o pasar a una plataforma va a tener más posibilidades en el futuro.”

Ante el panorama todavía incierto, los cines mexicanos siguen consolidándose y recuperándose de esta crisis histórica. Cada uno, tanto cines comerciales como independientes, con sus posibilidades, intentan idear maneras para lograr que la gente vuelva a las salas con la misma confianza de antes. La pandemia demostró que ir al cine es una actividad que el ser humano no dejará de hacer, pero la manera en que lo hace ahora se ha modificado, entre las salas, las proyecciones al aire libre y la amplia oferta virtual.