

*El cine mexicano y la globalización: concentración e intercambio desigual**

Enrique E. Sánchez Ruiz**



La globalización nos envuelve y afecta todos los días a la velocidad de las supercarreteras de información. Sin embargo, en tanto noción de moda, comienza a sonar a lugar común, o a "noción del sentido común"; se le encuentra referida acriticamente, a la menor provocación, en trabajos académicos igual que en artículos periodísticos o en conversaciones de café. Pero es poco lo que conocemos sobre las múltiples dimensiones de este proceso, a partir de la investigación sistemática, especialmente en lo que toca a las industrias culturales. Es necesario, poco a poco, desbrozar los nuevos rasgos del mundo contemporáneo que implican una globalización como verdadera novedad histórica, haciendo de lado modas y mitos, y diferenciando lo novedoso de lo que viene de largos procesos históricos.¹

Como un punto de partida para establecer hipótesis a nivel latinoamericano, examinemos el caso de la industria audiovisual en México, en su rápida articulación con los mercados globales. El acelerado proceso actual de internacionalización del espacio audiovisual mexicano tiene, al igual que en épocas anteriores, como contraparte central a la industria cultural de Estados Unidos. Veamos las perspectivas que trae consigo en este renglón la constitución del "bloque norteamericano del audiovisual", a partir del acuerdo trilateral de libre comercio,² de donde podremos sacar algunas líneas de reflexión sobre el proceso más amplio, que tiene como punto de partida la desigualdad económica y política entre las naciones.

Dentro del contexto latinoamericano, se ha considerado a México una "potencia regional" en materia de medios de difusión. A mediados de los setenta Jeremy Tunstall, un observador británico, comentaba:

[...] México se ha convertido en el principal exportador latinoamericano, especialmente de películas cinema-

tográficas y programas de televisión. México está bien ubicado en relación con los pequeños estados centroamericanos y con Colombia y Venezuela. México tiene también alguna música popular altamente distintiva que puede escucharse directamente por radio en estos países. La industria cinematográfica mexicana realiza producciones externas en Colombia –con el doble motivo usual de atraer un mercado dinámico de exportación, al tiempo que se utilizan sus instalaciones de producción más baratas. México es también el principal centro en el que revistas y comics estadounidenses se traducen para ediciones en español. Pero el [principal] papel de intermediario y de exportación de México es en la televisión. La programación importada de Estados Unidos se dobla al español mexicano para México y el resto de América Latina. Los personajes norteamericanos en la mayor parte de Latinoamérica hablan español con acento mexicano, lo que puede haber ayudado a abrir mercados de exportación para los programas televisivos de México.³

La descripción aún es válida en términos generales, y más con respecto a la televisión en particular, no obstante que durante el resto de los años setenta y los ochenta, los intercambios regionales entre países latinoamericanos se han incrementado, en la medida en que más países se han convertido en productores y exportadores de bienes culturales (por ejemplo Brasil, Venezuela, Argentina y Perú, entre otros). Pero

* Éste es un informe preliminar, producto del proyecto en proceso: "La globalización, el TLC y el espacio audiovisual mexicano". A su vez, éste participa en el estudio comparativo "Las industrias culturales en México y Canadá".

** Profesor investigador del Departamento de Estudios de la Comunicación Social, Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades, Universidad de Guadalajara.



Antonio Ramirez

la descripción de Tunstall apunta también a un rasgo importante de la evolución de los medios mexicanos de difusión: éstos han estado íntimamente vinculados, directa o indirectamente, con el desarrollo de los medios estadounidenses, tal como otros sectores de la economía, la política y la cultura mexicanas han evolucionado en interacción con desarrollos históricos norteamericanos. Esto no quiere decir que Estados Unidos haya "dominado" cultural o ideológicamente a México, de manera consciente, monolítica y unilateral, mediante alguna suerte de "imperialismo de medios" omniabarcante sino que los medios mexicanos, igual que la economía, se han desarrollado durante este siglo dentro de un proceso histórico estructural que ha sido descrito como de "desarrollo

dependiente asociado".⁴ Es decir, que los empresarios mexicanos de medios, en especial los de cine, radio y televisión, han establecido y desarrollado sus respectivas industrias a través de diversas modalidades de asociación con el Estado mexicano, con sus contrapartes norteamericanas y con sus clientes, los anunciantes y las agencias de publicidad (en el caso de televisión y radio), entre los cuales la presencia trasnacional es dominante.⁵ Pero también, en ciertos nudos históricos, como las guerras mundiales, los medios mexicanos han recibido influencias directas e indirectas de los gobiernos norteamericanos.⁶ Podemos decir entonces que en México se ha desarrollado un sector moderno de medios audiovisuales, en particular en lo que se refiere a los medios electróni-

cos (radio, televisión), pero dentro de un patrón general de desarrollo que se ha caracterizado por relaciones e intercambios desiguales con Estados Unidos, y por lo tanto de diversas formas de "interdependencia" (desigual) con el llamado "coloso del norte". Con el "otro socio" del Tratado de Libre Comercio de Norteamérica, Canadá, las vinculaciones han sido demasiado pocas y ocasionales.

Vistas desde la óptica anterior, las industrias cinematográfica y televisiva, desde su emergencia en México, han operado dentro de una estructura "globalizada", es decir, insertas en una red de relaciones de producción, circulación y consumo con el mercado internacional.⁷ En consecuencia, México participa hoy en día como "potencia intermedia" en el flujo mundial de mercancías audiovisuales, que se sigue caracterizando por el dominio general de unos pocos países industrializados, en especial Estados Unidos.⁸ México exporta algunas películas, pero sobre todo programas televisivos, al resto de América Latina así como a los mercados hispanohablantes de Estados Unidos y del resto del mundo. También importa una muy alta proporción de su dieta televisiva, cinematográfica y de video.⁹

En este escrito haremos una descripción somera de cómo está ocurriendo el proceso de intensificación de la articulación subordinada del cine mexicano a los mercados mundiales, en particular el de nuestro principal socio en el Tratado de Libre Comercio de América del Norte, lo que le da el sello distintivo a la "globalización" cinematográfica en México. Veremos que los dos procesos que principalmente caracterizan en la actualidad a la industria cinematográfica mexicana son uno de concentración y otro complementario, de internacionalización subordinada, con un principal "interlocutor" en el mercado mundial: el capital norteamericano.

El cine mexicano y sus articulaciones actuales con el mercado mundial

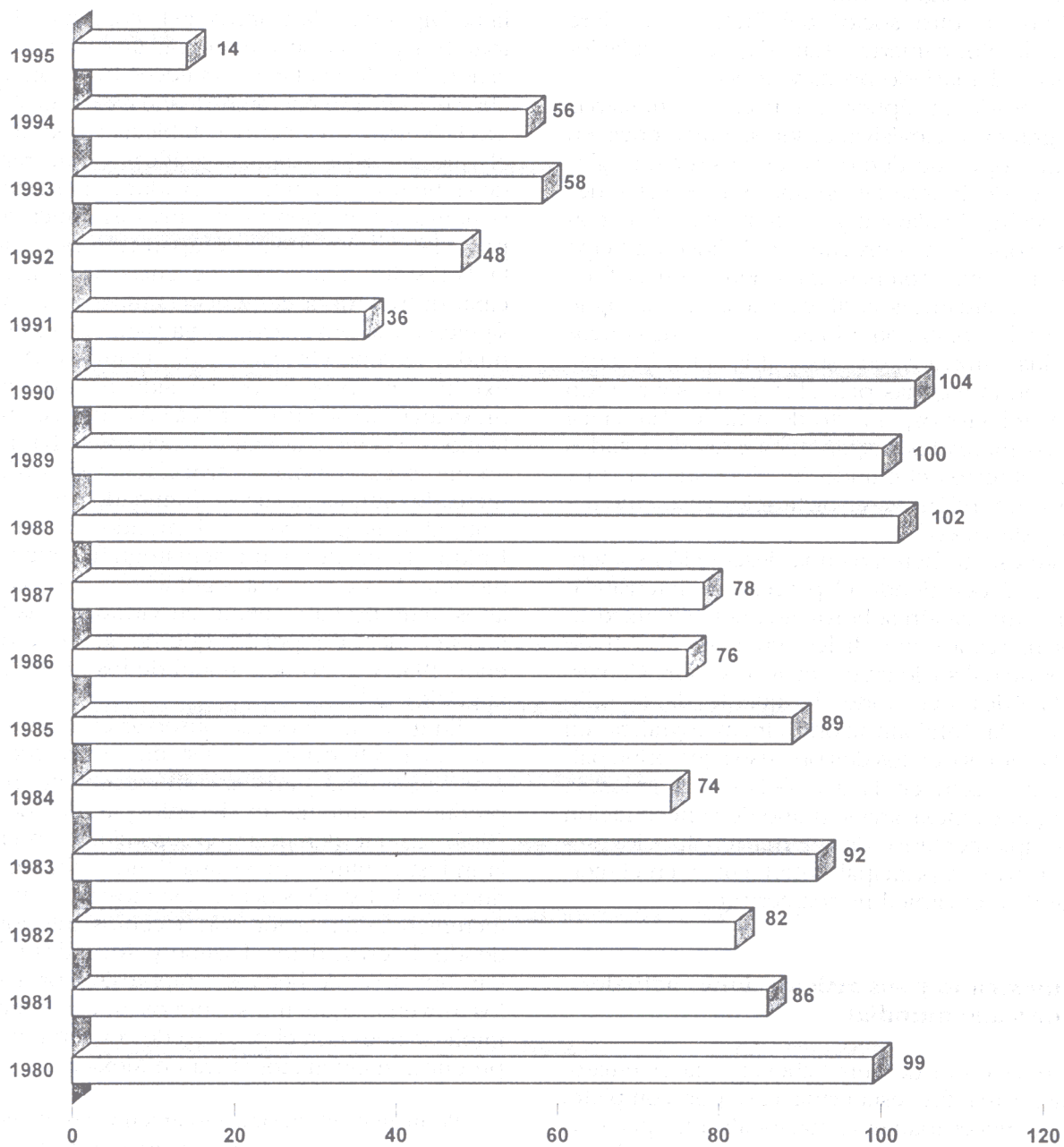
Durante el sexenio de Luis Echeverría la cinematografía mexicana fue estatizada casi por completo, aunque no necesariamente nacionalizada, pero las administraciones siguientes se encargaron de "devolver" el cine a la iniciativa privada. Esto trajo como consecuencia una relativa menor concentración en su control, en el sentido de que se abrieron las puertas a unos pocos competidores más de la iniciativa privada, en especial en la producción y la distribución. La "liberalización" de la industria cinematográfica alcanzó su formalización legal con la nueva Ley Federal de Cinematografía, cuyo proyecto fue enviado por Carlos Salinas de Gortari el 19 de

noviembre de 1992 y la cual fue aprobada, prácticamente sin discusión y con la ausencia del Partido de la Revolución Democrática (PRD), el 14 de diciembre de 1992 por la Cámara de Senadores y con la oposición del mismo partido el 22 de diciembre por la de Diputados. Miembros de la comunidad cinematográfica y de la oposición criticaron la nueva legislación "por fomentar y fortalecer los monopolios y abrir el mercado nacional al cine extranjero".¹⁰ Mientras la legislación anterior establecía como obligación el que las salas cinematográficas dedicaran el 50% de su tiempo de pantalla a producciones nacionales, la nueva disposición prevé una disminución al 10% para 1997.¹¹ En 1992 desapareció, por bancarrota, la distribuidora estatal Películas Nacionales (principal distribuidora de películas mexicanas) y al año siguiente fue privatizada la ya para entonces "disminuida" Cadena Operadora de Teatros (COTSA), que exhibía una proporción considerable de películas mexicanas. La situación crítica en la que se encuentra la industria cinematográfica nacional se ha traducido en una cada vez mayor articulación subordinada al mercado mundial, a su vez dominado por la industria cultural más poderosa del mundo: la de Estados Unidos. La producción cinematográfica mexicana ha disminuido de manera significativa en los últimos años, muy probablemente en virtud de las terribles crisis económicas por las que ha atravesado el país entre 1982 y la primera mitad de los noventa (véase la gráfica 1).¹²

En general, se puede observar en la gráfica que, ante una retracción del Estado en la producción cinematográfica, ya no hay un crecimiento real de la producción durante el decenio pasado, de 1980 a 1989,¹³ lo que demuestra ya una situación crítica en la industria fílmica mexicana.¹⁴ Sin embargo, la producción de los años ochenta sí mostraba un relativo incremento en relación con decenios anteriores. Partiendo de estos datos, Ugalde y Reygadas relacionaban una serie de hechos e hipótesis a principios de los noventa, que transcribimos íntegras por tener implicaciones con el proceso de concentración de la producción cinematográfica en México:

El "magnífico" crecimiento anterior resulta engañoso, porque fue producto de dos circunstancias únicas que concluyeron ya su ciclo. La primera de ellas fue que durante la década [de los ochenta] existió un enfrentamiento entre tres grandes grupos dedicados a la producción. Por un lado estuvieron los productores "chicanos" que dominaban y obtenían sus ganancias de los cines hispanoparlantes del sur de E.U.A.; por el otro estaba el grupo con base en la televisión; y finalmente el conocido como de los "productores tradicionales" [...] En fin, dado que la manera de

Gráfica 1
Películas producidas en México
1980-1995



Fuente: Ugalde, Víctor y Pedro Reygadas (1995); y Cámara Nacional de la Industria Cinematográfica y del Videograma (varios informes).

controlar las fechas de exhibición es por volumen de cintas disponibles, los tres grupos produjeron lo más que pudieron, creándose así un excedente de películas. La segunda circunstancia tiene que ver con el hecho de que, durante la segunda mitad de la década,

existió un ingreso adicional para la industria cinematográfica debido a la venta para comercialización en video de las viejas películas mexicanas. Esto determinó que regresaran a la industria incluso viejos productores que la habían abandonado hacía ya tiempo. Al

entrar en la década de los noventa, por una parte, el video ya ha llegado a un primer equilibrio entre producción y consumo, y por otra, en el enfrentamiento entre los grupos ya se perfila claramente como ganador el grupo Televisa. [...] Al concluir la competencia entre los grupos, el nivel cuantitativo de la producción se estabilizará y tenderá a la baja en el número de películas anuales.¹⁵

De hecho, estos analistas tenían razón, pues el panorama para los noventa no parecía muy alentador al iniciar la década, con un descenso abismal de los 104 filmes producidos en 1990, a los 14 que se produjeron en 1995 (ver gráfica 1).¹⁶ En 1985 había en México 152 compañías productoras de largometrajes, de las cuales 148 se ubicaban en el Distrito Federal.¹⁷ No tenemos el dato más actualizado al respecto, pero pensaríamos que en todo caso, debido a la crisis de la industria, que se refleja en la baja de la producción, debe haber disminuido, por necesidad, el número de empresas productoras activas. En 1995, un documento de la Cámara Nacional de la Industria Cinematográfica (Canacine) deploraba el estado del ramo: "[...] actualmente se filma solamente 45 por ciento del total de lo que se realizaba en 1988".¹⁸ Junto con la contracción, hay una concentración creciente en el control de la producción, pues por ejemplo para el bienio 1983-84, las compañías privadas que más largometrajes produjeron fueron: Producciones Fílmicas Agrasánchez, con nueve películas; Televisine, con ocho, y, con cuatro cada una, Producciones Hermanos Tamez, Producciones guila y Cinematografía Rodríguez.¹⁹ La empresa Televisine, división de cine del consorcio Televisa, produjo siete películas en 1986 (10% del total producido ese año). A pesar de que no ha habido un crecimiento espectacular de las producciones de Televisine, que se fundó en 1978, con el establecimiento de su propia compañía distribuidora, Videocine, ya para fines de los ochenta y principios de los noventa Televisa se perfiló como la empresa hegemónica en la cinematografía mexicana, acompañada de las grandes compañías norteamericanas. Por ejemplo, en 1993 Televisine "acaparó 65% de las producciones y coproducciones del cine mexicano".²⁰ En un recuento de las cien películas más taquilleras en México, para la primera mitad de 1995, aparecían 11 cintas mexicanas, de las cuales seis fueron producidas por Televisine (las cinco restantes por diferentes empresas, incluyendo dos que habían coproducido con Imcine).²¹

En la distribución hay también un proceso de concentración, a la par que un creciente proceso de transnacionalización. En 1984, 67.4% de los ingresos por la distribución de películas fueron para las

Cuadro 1
Estrenos por distribuidora
1995

Compañía	Total estrenos	%
Videocine	45	20.36
Columbia Pictures	42	19.00
UIP	31	14.03
Arte Cinema	25	11.31
20th Century Fox	13	5.88
Corp. Mexicana de Cine	9	4.07
Cir. Act. Cinematográficas*	9	4.07
Europa Films	9	4.07
Imcine	8	3.62
Producciones Carlos Amador	8	3.62
Videovisa	6	2.71
Cine Alternativo	3	1.36
Cine del Mundo	3	1.36
Latina	2	0.90
Mercury	2	0.90
Cineteca Nacional*	1	0.45
IFAL*	1	0.45
Leaders Films	1	0.45
Películas Roma	1	0.45
Programa Doble*	1	0.45
Tristán Bauer*	1	0.45
Total	221	100.00

* Instituciones culturales y embajadas se consideran distribuidoras en el caso de películas estrenadas en el circuito no comercial.
Fuente: Carro, Nelson. "1995: Un año de cine", en *Dicine*, núm.66, 1996.

siete empresas más importantes. Para 1989 esta proporción había aumentado al 80.5% (para las mismas siete). En la actualidad, la rentabilidad favorece básicamente a tres distribuidoras que manejan las películas más taquilleras en México: United International Pictures (UIP), Videocine (Televisa) y Columbia (ver cuadros 1, 2 y 3). Por ejemplo, la revista *Telemundo* presentó en uno de sus números las dos películas más taquilleras para cada año, de 1990 a 1994.²² De los diez filmes resultantes, cuatro fueron distribuidos por Columbia, tres por UIP y tres por Videocine. Estas mismas empresas daban cuenta del 92% de los ingresos de las cien películas más taquilleras en México, según la misma revista, en 1995.²³ A partir de los balances publicados cada año en *Dicine* por

Cuadro 2
Las distribuidoras de las películas más taquilleras en México 1990-1993

Distribuidora	País de origen de las películas			
	Estados Unidos	México	Total	%
Videocine	170.996	159.447	330.443	49.87
UIP	123.938	2.003	125.941	19.01
Columbia Pictures	124.927	-	124.927	18.85
20th Century Fox	28.700	-	28.700	4.33
Arte Cinema de México	17.300	-	17.300	2.61
Indefilms	16.200	-	16.200	2.44
Películas nacionales	-	10.210	10.210	1.54
Imcine	-	4.312	4.312	0.65
Cine del mundo	-	3.200	3.200	0.48
Ecocinemas	-	1.374	1.374	0.21
Total	482.061	180.546	662.607	100.00

Las tres primeras = 87.73%
 Nota: se consideran solamente las diez mexicanas y las diez de Estados Unidos de cada año (1990, 1991, 1992, 1993).
 Fuente: *Dicine*, varios números del balance anual "Un año de cine" que publica Nelson Carro.

Nelson Carro, nosotros preparamos el cuadro 2, donde también aparece que cerca del 90% de los filmes más taquilleros de México han sido distribuidos por las mismas tres empresas (dos trasnacionales de Estados Unidos y una trasnacional mexicana). Así, de 122 distribuidoras que estaban en 1994 afiliadas a Canacine, alrededor de seis eran las que realmente funcionaban, pero son tres las que dominan los circuitos comerciales.²⁴

Si bien las empresas que pertenecen a las grandes trasnacionales del espectáculo no distribuyen sólo filmes norteamericanos, la proporción mexicana de su oferta es, además de pequeña, débil en términos mercadotécnicos. Videocine, por otra parte, además de distribuir las películas que produce Telecine, lo hace con algunas extranjeras, como las de Walt Disney. El resultado final de esta oferta en términos de la evolución de lo que se presenta en las salas, se observa sintéticamente en el cuadro 7. Es clara ahí la tendencia, año con año, a la disminución de las películas mexicanas que se exhiben (de más de la mitad en 1980 a menos de un tercio en 1993),

complementada por el incremento desproporcionado de las estadounidenses, a la par que una disminución en otras fuentes de entretenimiento cinematográfico para los mexicanos.

Independientemente de que todos los medios, en alguna forma, han intentado afrontar la crisis por la que atraviesa el país, la industria cinematográfica parece sufrirla con mayor fuerza —o quizá se puede decir que atraviesa por una crisis propia, dentro de la crisis más general que azota al país. Ya vimos algunos datos sobre la producción que apuntan hacia tal conclusión. Por otra parte, en el polo de la exhibición, el que de 1980 a 1985 haya disminuido el número absoluto de espectadores, de 264 a 212 millones, y de 137 a 73 millones entre 1990 y 1993,²⁵ y que el número de salas de cine en la república haya descendido de 1,832 a 960 entre 1980 y 1993, muestra una situación clara de deterioro.²⁶ Esto se corrobora también en el número de películas exhibidas, que en 1980 fue de 358 mil, mientras en 1985 fueron 275 mil; en 1990, 86 mil, y sólo 50 mil en 1993, según datos del INEGI.²⁷

En los últimos años se han despertado algunas expectativas en el área de la exhibición, al comenzar a generalizarse, especialmente en las grandes ciudades, el concepto *multiplex*, traído de Estados Unidos, que significa la reconversión de las enormes salas cinematográficas antiguas a complejos de varias pantallas, dotados de mejor equipamiento y con un cupo bastante menor. Así, por ejemplo, la Organización Ramírez se ha ido expandiendo por todo México, abriendo nuevas salas con estas características, y

Cuadro 3
Ingresos de las distribuidoras de "las cien películas más taquilleras de México" enero-agosto de 1995

Distribuidora	Total	%
UIP	76,278,378	38.72
Columbia	56,273,872	28.56
Videocine	48,168,322	24.45
Fox	10,786,198	5.47
Ecosistemas	4,212,389	2.14
C. Pozas	465,536	0.24
UIP/Art Cin	449,008	0.23
Vicarsa	376,316	0.19
Total	197,010,019	100.00

Las tres principales = 91.73%.
 Fuente: "Las 100 películas más taquilleras del 95", en *Telemundo*, núm.26, nov-dic, 1995.

Cuadro 4 Estrenos por nacionalidad

1993

País	Núm. estrenos	%
Estados Unidos	166	56.5
México	47	16.0
Italia	18	6.1
Francia	11	3.7
España	9	3.1
Gran Bretaña	7	2.4
Alemania	6	2.0
Canadá	5	1.7
Hong Kong	5	1.7
Australia	4	1.4
Brasil	2	0.7
URSS	2	0.7
Otros	12	4.1
Total	294	100.0

1994

País	Núm. estrenos	%
Estados Unidos	174	58.59
México	53	17.85
Italia	15	5.05
España	13	4.38
Francia	10	3.37
Gran Bretaña	7	2.36
Canadá	4	1.35
Suiza	3	1.01
Alemania	2	0.67
Cuba	2	0.67
China	2	0.67
Hong Kong	2	0.67
Otros	10	3.37
Total	297	100.0

Fuente: *Dicine*, núm.55, y *Reforma*, 5 de enero de 1995 (balances de Nelson Carro).

parece haber ya sobrepasado las 500 pantallas en todo el país.²⁸ En la actualidad, esta empresa michoacana es la más próspera en el ramo pues, por ejemplo, en 1995 captó el 46% de los ingresos totales en la exhibición cinematográfica en la ciudad de México.²⁹ Sin embargo, puede ser que se avecine un periodo de mayor competencia, si por ejemplo COTSA, la empresa privatizada,³⁰ continúa con sus planes de expansión, pero también están la norteamericana Cinemark, que ya habría sobrepasado las 100 salas en el país, y Cinemex, compañía mexicana con inversión estadounidense. Entre los "nuevos competidores que se avecinan" está United Artists que, "junto con Fondo Optima/México invertirá US\$30 millones en la construcción de cuatro complejos cinematográficos en un año".³¹ De cualquier forma, se observa también en el plano de la exhibición un proceso de concentración en unas pocas empresas, junto con uno de paulatina transnacionalización. Hemos visto a vuelo de pájaro cómo la crisis, tanto la que atraviesa el país entero como la propia de la industria cinematográfica mexicana, ha producido un movimiento de contracción y concentración de actividades, tanto en la producción como en la distribución y exhibición, aunado a un proceso de mayor articulación con los movimientos internacionales de capital, en especial en las dos últimas

décadas. Al reducirse de manera drástica la producción, las exportaciones mexicanas de largometrajes también han sufrido una radical disminución, acompañada de su contraparte: la mayor importación de filmes, particularmente de Estados Unidos. Por ejemplo, mientras durante los ochenta en promedio la mitad de los estrenos anuales eran norteamericanos, para los noventa llegan prácticamente al 60% (ver cuadro 4).³² Aun así, no es sólo el número de películas el que da cuenta del predominio cuantitativo de los productos culturales estadounidenses: si se tienen en cuenta las semanas que permanecen en cartelera, se notará todavía un mayor predominio norteamericano (ver un indicador indirecto en el cuadro 5). Por otra parte, una misma película puede exhibirse en una o más salas cinematográficas, dependiendo de las expectativas de rentabilidad. Así, por ejemplo, nosotros hicimos un recuento por país de origen de los filmes que se exhibían durante una semana de 1992 en el área metropolitana de Guadalajara: si bien el 48% de las películas eran de Estados Unidos, éstas se exhibían en el 74% de los cines; las películas mexicanas, que constituían el 13%, se presentaban en el 9% de las salas; aunque el 29% de los largometrajes provenía de otros países, éstos se exhibían sólo en el 13% de los cines. Vemos pues que el cine en México, desde el punto de vista de una industria cultural, está

Cuadro 5
Algunos datos agregados sobre "las cien películas más taquilleras de México",
enero-agosto de 1995

Nacionalidad	Número películas	%	Semanas*	%	Espectadores	%	Ingresos*	%
Estados Unidos	74	76.29	337	68.36	14,164,267	83.93	166,149,869	84.71
México	11	11.34	80	16.23	1,425,949	8.45	14,738,687	7.51
Italia	2	2.06	0	0.00		0.00		0.00
Francia	1	1.03	13	2.64	61,740	0.37	1,239,617	0.63
Fra/Pol/Suiza	1	1.03	10	2.03	107,907	0.64	2,568,192	1.31
Taiwan/Estados Unidos	1	1.03	8	1.62	70,837	0.42	831,397	0.42
Ing/Ale/Rum	1	1.03	7	1.42	439,457	2.60	4,684,799	2.39
Fran/Estados Unidos	1	1.03	6	1.22	206,201	1.22	1,239,878	0.63
Arg/Estados Unidos	1	1.03	5	1.01	133,879	0.79	1,922,780	0.98
España	1	1.03	5	1.01	65,607	0.39	809,060	0.41
Fra/Ing/Estados Unidos	1	1.03	5	1.01	105,095	0.62	745,060	0.38
Francia/Suiza	1	1.03	5	1.01	45,883	0.27	654,098	0.33
Francia/Polonia	1	1.03	2	0.41	49,533	0.29	559,399	0.29
Total	97	100.00	493	100.00	16,876,355	100.00	196,142,836	100.00

Filmes de Estados Unidos más coproducciones (con Estados Unidos) = 87.12%

* Nota: No se contó con el dato de semanas, ni de ingresos para las películas italianas incluidas.

* En la columna de "Semanas", se suman las semanas que han estado en exhibición cada una de las películas.

Fuente: "Las 100 películas más taquilleras del 95", en *Telemundo*, núm.26, noviembre-diciembre, 1995.

siendo cada vez menos "cine mexicano" y, por perogrullesco y "sesentero" que suene, cada vez predomina más en las salas mexicanas la cinematografía transnacional, hollywoodense.

El cine en la tele y "la video"

En investigaciones recientes se ha corroborado que, si bien el público mexicano está dejando de asistir a las salas cinematográficas, esto no significa que se estén viendo menos películas sino posiblemente al contrario, pues se ha encontrado que hay dos principales fuentes actuales de diversión cinematográfica, en este orden: la televisión, en sus diversas modalidades, y la renta de películas para videocasetera.

En el caso de la televisión "normal", es decir, la de VHF, por aire, las películas han ocupado un lugar importante en la programación casi desde el inicio de la televisión en México. Sin embargo, en lugar de disminuir al paso del tiempo la importancia del cine en la televisión parece ir creciendo cada vez más. Por ejemplo, en un análisis que realizamos a principios de los ochenta,³³ las películas ocupaban casi 20% del

tiempo total de la programación de las dos principales ciudades del país (México y Guadalajara), y más de una cuarta parte del tiempo de mayor audiencia (el llamado Triple A). En ambos casos, el cine ocupaba el segundo rango como "género televisivo". Para 1990, de acuerdo con un análisis similar que efectuamos, las películas ocupaban ya el primer lugar, tanto en el tiempo total como en el Triple A, con 20% y 33% respectivamente; esta ubicación privilegiada continuó en 1995, con una quinta parte del tiempo.³⁴ Resultados similares se han encontrado a nivel de toda América Latina.³⁵ Estas informaciones, reforzadas por los datos sobre audiencias, nos dicen que en la actualidad el lugar privilegiado para ver cine es, de hecho, la televisión. Para el caso de la televisión latinoamericana, a principios de esta década, del total de largometrajes transmitidos por 70 estaciones de 16 países, el 83% provenía de Estados Unidos; el segundo lugar lo ocupaba México, con el 7.21%, y en tercer lugar estaban filmes europeos (4.25%).³⁶ Nosotros encontramos, para el caso mexicano, un cierto equilibrio en 1990, pues tanto en el tiempo total como en el Triple A hubo casi un 20% de películas de otros países, mientras que de Estados Unidos resultaron 49% y 48% respectivamente; y de

México, 34% y 31% en ese orden. Sin embargo, los datos para 1995 muestran una disminución en el tiempo dedicado al cine mexicano en la televisión, como puede observarse en el cuadro 8: tres cuartas partes de las películas exhibidas en el horario Triple A procedían de Estados Unidos, mientras que las mexicanas apenas cubrían un quinto del tiempo en el mismo horario.

En la televisión de paga existe una situación similar. Para acercarnos a esta modalidad televisiva hicimos un conteo con datos de la revista de la empresa Multivisión, que se presenta en el cuadro 6. Se puede observar ahí que, por lo menos durante el mes tomado como muestra, si bien predominaban los filmes norteamericanos (casi 70%), hay una relativa dispersión en las otras fuentes de programación cinematográfica, aunque sigue siendo alta la desproporción, especialmente con respecto a las producciones mexicanas, que constituyen sólo un 11%.

Vemos pues que, también en el caso del cine por televisión, más que de un proceso de globalización se está dando uno de norteamericanización.

Por el lado del video, éste es un recurso audiovisual que está creciendo en su disponibilidad como equipamiento hogareño, pues se habla de que ya más del 60% de los hogares mexicanos cuentan con videocasetera.³⁷ Para este caso baste con mencionar el dato de que en los principales videoclubes el 80% del *stock* de películas en videograma son de Estados Unidos; entre el 10 y el 15% de México, y el resto "extranjeros".³⁸ Es interesante observar que, de los filmes que se rentan en los grandes videoclubes, la gran mayoría están clasificados por género (drama, comedia, acción, suspenso, etc.), mientras que hay una minoría que suele exhibirse en un estante de "películas mexicanas", y otro más de "cine extranjero". El trabajo más amplio publicado sobre el video en México caracterizaba su primer decenio de desarrollo como de "dependencia extranjera y monopolios nacionales".³⁹

Comentario final

Hay quienes piensan que estos análisis son ociosos, pues es obvio lo que intentan sustentar. Nosotros creemos que aun lo obvio debe mostrarse, demostrarse y comprobarse, pues no es posible pasar a estudios de índole más explicativa o comprensiva sin una base descriptiva (que, a veces, niega aun lo obvio).⁴⁰

Así, hemos dado cuenta aquí de que la industria cinematográfica mexicana se encuentra en un proceso crítico de contracción, concentración y acelerada norteamericanización. En este lugar no es posible

Cuadro 6
Origen de las películas transmitidas por Multivisión

Nacionalidad	Total	%
Estados Unidos	946	69.92
México	149	11.01
España	56	4.14
Argentina	40	2.96
Inglaterra	35	2.59
Canadá	24	1.77
Francia	23	1.70
Italia	17	1.26
Polonia	16	1.18
n/d	5	0.37
México/Colombia	5	0.37
España/Italia	5	0.37
España/Portugal	4	0.30
España/Inglaterra	3	0.22
URSS	2	0.15
Perú/Argentina	2	0.15
Japón	2	0.15
Italia/Francia/Alemania	2	0.15
Italia/Francia	2	0.15
Italia/Estados Unidos	2	0.15
Irlanda	2	0.15
Inglaterra/Italia/Alemania	2	0.15
Hong Kong	2	0.15
Francia/España	2	0.15
Australia	2	0.15
Japón/Estados Unidos	1	0.07
Israel	1	0.07
Brasil	1	0.07
Total	1,353	100.00

Fuente: MVS, *La otra televisión*, núm.12, junio de 1996.

penetrar en las probables consecuencias de este fenómeno en el plano de los procesos culturales. La información que hemos producido hasta el momento habla de estructuras de mercado altamente oligopólicas y transnacionalizadas que deben ser tomadas en cuenta por quienes producen las políticas públicas respectivas. Si bien hemos sostenido en varios lugares que el Tratado de Libre Comercio de América del Norte no ha originado los intercambios desiguales

Cuadro 7
Películas mexicanas y de Estados Unidos
exhibidas en México, 1980-1993
(porcentajes del total)

Años	Estados Unidos	México	Otros
1980	34.04%	54.01%	12%
1981	35.28%	53.45%	11%
1982	35.36%	52.02%	13%
1983	38.29%	48.64%	13%
1984	40.46%	46.82%	13%
1985	40.17%	48.11%	12%
1986	40.97%	48.34%	11%
1987	40.23%	47.40%	12%
1988	46.78%	46.87%	6%
1989	48.53%	46.55%	5%
1990	49.90%	45.62%	4%
1991	53.02%	42.73%	4%
1992	61.27%	34.62%	4%
1993	62.86%	32.09%	5%

Fuente: *Estadísticas de cultura*. Cuaderno núm.1, INEGI, México, 1995.
 Nota: el dato de 1993 es preliminar.

que caracterizan a nuestras industrias culturales del audiovisual,⁴¹ eso no significa que aquel no influya en los últimos, por lo menos como "entorno" o "medio ambiente" propicio para una liberalización y apertura a los mercados externos a ultranza, que exacerbarían la asimetría de nuestras articulaciones con los mercados internacionales. Pero también hemos sostenido que los productos de las industrias culturales no son sólo mercancías "a secas", que se "consuman" cuando se consumen. Hemos dicho que hablamos, también, de propuestas de sentido, de identidades y alteridades colectivas, de éticas y estéticas sociales. Por tales razones, no es posible conformarse con dejar al garete la producción, circulación y consumo de este tipo de mercancías, a merced de las "fuerzas del mercado".▲

Notas

1. Cfr. Ferguson, Marjorie. "The mythology about globalization", en *European journal of communication*, vol.7, núm. 1, marzo de 1992; Ianni, Octavio. *Teorías de la globalización*, Siglo XXI/UNAM, México, 1996; Sánchez Ruiz, Enrique E. "El nuevo carácter de la dependencia: la globalización y el espacio audiovisual", en Guillermo Orozco (coord.) *Miradas latinoamericanas a la televisión*, Universidad Iberoamericana, México, 1996.

2. Aunque debe aclararse que en rigor la industria cultural no está explícitamente considerada dentro del Tratado de Libre Comercio de América del Norte. En todo caso, los movimientos económicos que involucran al audiovisual son aquellos más generales de acelerada privatización y apertura al comercio internacional, que comenzaron a profundizarse unos años antes de la firma del Tratado.
3. Tunstall, Jeremy. *The media are American*, Columbia University Press, Nueva York, 1977, p.183.
4. Ver: Cardoso, José Henrique. "Associated-Dependent Development: Theoretical and practical implications", en Alfred Stepan (ed.) *Authoritarian Brazil. Origins, policies, and future*, Yale University Press, New Haven y Londres, 1973. Para el caso de la televisión mexicana, ver: Sánchez Ruiz, Enrique E. *Capital accumulation, the State and television as informal education. Case study of Mexico*, Stanford University, tesis doctoral, 1983. Sinclair, John. "Dependent development and broadcasting: 'The Mexican formula'", en *Media, culture and society*, vol. 8, núm.1, enero de 1986.
5. Tunstall, Jeremy. *Op. cit.* Sánchez Ruiz E.E. *Centralización, poder y comunicación en México*, Universidad de Guadalajara, Guadalajara, 1987.
6. Ortiz-Garza, José Luis. *México en guerra. La historia de los negocios entre empresarios mexicanos de la comunicación, los nazis y E.U.A.*, Planeta, México, 1989.
7. García Riera, Emilio. *Historia del cine mexicano*, SEP, México, 1986. Sánchez Ruiz, Enrique E. *Orígenes de la radiodifusión en México. Desarrollo capitalista y el Estado*, ITESO, Guadalajara, 1984. Ver también Sánchez Ruiz, Enrique E. "Remarques sur la globalisation, l'ALENA et l'espace audiovisuel mexicain", en G. Tremblay y J.G. Lacroix (coords.) *Le projet monarche. Étude comparée des industries québécoises et mexicaines de l'audiovisuel*, Université du Québec à Montréal, Montréal, 1995.
8. México se ha articulado al moderno sistema mundial como país "semiperiférico", en términos de Immanuel Wallerstein: *The capitalist world economy*, Cambridge University Press, Cambridge, 1979. De hecho, los primeros analistas del enfoque de la "dependencia" observaban en los años sesenta el surgimiento de este tipo de articulación en países como México, Brasil o Argentina, a lo que Theotonio dos Santos llamó "el nuevo carácter de la dependencia" (en Dos Santos et al. *La crisis del desarrollo y la nueva dependencia*, Francisco Moncloa Editores, Lima, 1969).
9. Para una caracterización reciente del lugar de México en los mercados de programas de televisión, ver Sánchez Ruiz,

Cuadro 8
Origen de las películas exhibidas en la
televisión mexicana, 1995.

Tiempo total		Horario "Triple A"	
Origen	%	Origen	%
Estados Unidos	61.04	Estados Unidos	75.78
México	37.25	México	19.25
Latinoamérica	0.86	Latinoamérica	2.48
Europa	0.86	Europa	2.48

Fuente: *Teleguía*, núms.2223 y 2224, semana del 20 al 26 de marzo de 1995.

Enrique E. "Mercados globales, nacionales y regionales de programación televisiva: Un acercamiento al caso Mexicano", en *Comunicación y Sociedad*, núm.28, 1996. Al igual que en ese lugar, aquí debo aclarar que en este escrito mi énfasis es en la dimensión económica, en los intercambios. Los aspectos culturales, que están siendo investigados al mismo tiempo, no pueden ser abordados satisfactoriamente dentro de los estrechos límites de este artículo.

10. De la Vega Alfaro, Eduardo. "La política cinematográfica del régimen salinista", en *Signos*, núm.11, enero de 1995, p.29.
11. *Ibidem*.
12. Se puede hablar de dos grandes crisis, una que comenzó a agudizarse en 1982 y la otra en 1994-95, o una gran crisis por la que ha transcurrido nuestro país durante los últimos dos decenios.
13. Un promedio de 88 películas al año durante la década de los ochenta.
14. Colectivo A. Galindo. "El cine mexicano y sus crisis" (tres partes), en *Dicine*, núms. 19, 20 y 21, 1987; Ugalde y Reygadas. "La construcción del futuro cine mexicano ¿Yankees welcome?", en E. de la Vega Alfaro y Enrique E. Sánchez Ruiz (comps.) *Bye Bye Lumière... Investigación sobre cine en México*, Universidad de Guadalajara, Guadalajara, 1994.
15. Ugalde y Reygadas. *Op. cit.*, p.48.
16. Durante la primera mitad de los noventa se produjeron un promedio de 53 películas al año. Si bien en comparación con las cinematografías de otros países latinoamericanos este promedio es bastante alto, en comparación con la producción mexicana de dos o tres décadas atrás constituye un franco retroceso.
17. Ortega, Patricia. "Diagnóstico del cine mexicano". Informe inédito de investigación, UAM-X, México, 1985.
18. Citado por Félix Zúñiga Barba en *El Financiero*, 4 de marzo de 1995, p.44.
19. *Ibidem*.
20. Cerón, Rocío. "Una mirada a la escena actual del cine mexicano. Entrevista a Ignacio Durán y Víctor Ugalde", en *Reforma*, 4 de septiembre de 1994.
21. "Las 100 películas más taquilleras del 95", en *Telemundo*, núm.26, noviembre-diciembre de 1995.
22. *Telemundo*, núm.23, mayo-junio de 1995.
23. *Telemundo*, núm.26, noviembre-diciembre de 1995.
24. Ochoa Sandy, Gerardo. "La bancarrota del cine mexicano", en *Reforma*, 30 de junio de 1996.
25. INEGI, *Estadísticas de cultura*, INEGI, México, 1995.
26. *Ibidem*. Quizás dentro de poco se observe una reversión de las estadísticas en cuanto a número de salas, en virtud del proceso actual, que describimos enseguida, de apertura de nuevas salas, más pequeñas que las anteriores, que llegan a presentar hasta entre cinco y diez pantallas en la misma superficie que antes llenaba un solo cine.
27. *Ibid.*
28. "Renace el cine", en *ADCEBRA*, año V, núm.52, junio de 1996. Por cierto, el título de este artículo es falaz, pues lo que en realidad estaría en un posible proceso de renacimiento sería la exhibición cinematográfica, no "el cine", especialmente si esto pudiera connotar "el cine mexicano".
29. Avilés, Roberto. "Caen ingresos cinematográficos", en *Reforma*, 8 de enero de 1996.
30. Que entre 1992 y 1993, recién adquirida con el "paquete" de medios estatales junto con Televisión Azteca, tuvo que reducirse por la obsolescencia de muchas de sus salas.
31. "Renace el cine", *Op. cit.*, p.50.
32. Ver los balances que publica cada año la revista *Dicine*, preparados por Nelson Carro. Desafortunadamente, para el



Antonio Ramírez

- último variaron los criterios (separando las películas "eróticas" de las demás, clasificadas por nacionalidad), lo que le resta comparabilidad con los de años anteriores.
33. Sánchez Ruiz, Enrique E. "La agenda televisiva en México y Guadalajara (O las apariencias engañan)", en *Cuadernos*, nueva época, núm.2, septiembre-diciembre de 1986.
34. Ver: Sánchez Ruiz, Enrique E. "Mercados globales, nacionales y regionales de programación televisiva: Un acercamiento al caso Mexicano" en *Comunicación y Sociedad*, núm.28, 1996. Para informaciones sobre Monterrey, México y Guadalajara, ver los artículos de J.C. Lozano, D. Crovi y J. Vilar, y E. Sánchez Ruiz en: Crovi Druetta, Delia (coord.) *Desarrollo de las industrias audiovisuales en México y Canadá*, UNAM, México, 1996.
35. Estrella, Mauricio. *Programación televisiva y radiofónica. Análisis de lo que se difunde en América Latina y El Caribe*, Ciespal, Quito, 1993.
36. *Ibidem*.
37. "Renace el cine". *Op. cit.*
38. Ver Picazo Sánchez, Leticia. *Una década de video en México, 1980-1989. Dependencia extranjera y monopolios nacionales*, Trillas, México, 1994, y García Canclini, Néstor (coord.) *Los nuevos espectadores. Cine, televisión y video en México*, IMCINE/CONACULTA, México, 1994.
39. Picazo Sánchez, Leticia. *Op. cit.*
40. Aun las contribuciones profundas de los "sabios" y profetas de las ciencias sociales deben fundamentarse, por lo menos, en alguna información descriptiva -con frecuencia cuantitativa- como la que intenta proveer este modesto aporte. El problema surge cuando los "sabios" elaboran sus interesantes discursos sin referirse a los datos de la realidad o niegan el valor de conocimiento del dato cuantificado. En cualquiera de los casos, el maniqueo es el equivocado.
41. Ver Sánchez Ruiz, Enrique E. "Remarques sur la globalisation..." *Op. cit.*