

Estudios sobre las Culturas Contemporáneas

Universidad de Colima

pcultura@cgic.ucol.mx

ISSN (Versión impresa): 1405-2210

MÉXICO

2005

Rodrigo Gómez García

LA INDUSTRIA CINEMATOGRAFICA MEXICANA 1992-2003 ESTRUCTURA,
DESARROLLO, POLÍTICAS Y TENDENCIAS

Estudios sobre las Culturas Contemporáneas, diciembre, año/vol. XI, número 022

Universidad de Colima

Colima, México

pp. 249-273

Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal

Universidad Autónoma del Estado de México

**LA
INDUSTRIA
CINEMATOGRAFICA
MEXICANA 1992-2003**
**estructura, desarrollo,
políticas y tendencias**
Rodrigo Gómez García

Resumen

El artículo presenta el desarrollo y la estructura de la industria cinematográfica mexicana durante un periodo de doce años, a partir de sus mercados y de las empresas más importantes que la controlan. Además, se relaciona este desarrollo con la participación del Estado, a través de las políticas de comunicación que ha impulsado. El objetivo principal de la investigación es hacer un análisis de la situación actual de la industria cinematográfica. Finalmente, es importante señalar que esta investigación se hace desde la óptica de la economía política de la comunicación y la cultura.

Palabras clave: Industria cinematográfica, Políticas de comunicación, Cine

**Abstract – Mexican Film (Cinematographic) Industry 1992-2003
Structure, Development, Politics and Tendencies**

The following text presents the development and structure of the Mexican cinematographic industry during the last twelve years, from its markets and of the most important companies that control it. In addition, this development is related to the participation of the Government, through the communication policies that it has impulsed. The primary target of this investigation is to make a present situation analysis of the cinematographic industry. Finally, it is important to indicate that this investigation is done from the perspective of the political economy of communication and culture.

Keywords: Cinematographic Industry, Communication Policies, Cinema

Rodrigo Gómez García

Mexicano. Candidato a Doctor en Periodismo y Ciencias de la Comunicación por la Universidad Autónoma de Barcelona, España. Maestro en Ciencias de la Comunicación por la Universidad Nacional Autónoma de México. Profesor de asignatura del posgrado de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales (FCPyS) de la UNAM; rgg28jaguar@yahoo.com

LA INDUSTRIA CINEMATOGRAFICA MEXICANA 1992-2003

**estructura, desarrollo,
políticas y tendencias**

Rodrigo Gómez García¹

La industria cinematográfica mexicana, desde la década de los años noventa hasta nuestros días, ha experimentado cambios significativos en sus distintas ramas. Las principales razones de estos cambios se deben a cinco circunstancias que van estrechamente relacionadas entre sí:

- 1) El impulso gubernamental a políticas de privatización, re-regulación y de apertura hacia los capitales extranjeros;
- 2) Las nuevas posibilidades que ofrecen las nuevas tecnologías de la comunicación en la industria (con la convergencia / digitalización);
- 3) El proceso de transición a la democracia que atraviesa México;
- 4) El contexto internacional enmarcado dentro de la regionalización de los bloques económicos, con el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) al que pertenece México desde 1994, así como a la lógica del capitalismo global; y
- 5) Los constantes vaivenes de la economía mexicana (principalmente las crisis de 1994-1995 y la de 1998).

La presente investigación tiene un doble objetivo; por un lado, establecer un análisis histórico-estructural de la industria cinematográfica durante los últimos doce años y, por el otro, hacer un balance de la industria en términos culturales y económicos.

Asimismo, parto de la problemática que plantea la crisis que atraviesa la rama de la producción cinematográfica mexicana, al presentar mínimos históricos durante la segunda mitad de los años noventa y principios del siglo XXI.

El presente artículo tiene el siguiente recorrido: los puntos de partida teórico-metodológicos, las preguntas de investigación, los antecedentes generales de la industria y el análisis de las estructuras de la industria a través de sus tres ramas: producción, distribución y exhibición. Además, se presenta la posición de los gobiernos mexicanos, en materia de políticas de comunicación; cierro con las conclusiones del estudio.

Coordenadas teórico-metodológicas

La presente investigación expone un análisis histórico-estructural de la industria cinematográfica, tomando en cuenta sus tres principales ramas: la producción, la distribución y la exhibición. Me centraré en cuatro procesos históricos propuestos por la economía política de la comunicación y de la cultura:

el desarrollo de las industrias (*culturales*); la extensión de su rango corporativo; su mercantilización; y el cambiante rol de la intervención del Estado y los gobiernos en la producción cultural (Golding, P. Murdock, G., 1991:19).

También, hago hincapié en la interrelación que existe entre la organización económica y política de la industria cinematográfica en la vida social y cultural. En palabras de los británicos Golding y Murdock:

En el caso de las industrias culturales estamos principalmente interesados –la economía política de la comunicación– en rastrear el impacto de la dinámica económica en el alcance y la diversidad de la expresión cultural pública y su viabilidad en los diferentes grupos –o clases– sociales (Golding, P. Murdock, G., 1991:18).

Con lo que se plantea la necesidad central de establecer un balance entre la empresa capitalista y la intervención pública; se pretende, con esto, el cuestionamiento de aspectos relacionados con la justicia, la equidad y el bien común en nuestras sociedades (Golding, P. Murdock, G., 1991:18).

Así, proponemos pensar a las industrias culturales desde su dualidad intrínseca: la económica y la cultural, con la idea de orientar sus objetivos hacia el crecimiento de la economía, la diversidad cultural –local, nacional y mundial– y la vertebración y detonación de imaginarios e identidades.

En este sentido, pienso que es importante definir, brevemente, cómo entiendo a las industrias culturales en la actualidad, ya que la circulación y consumo de sus productos son referentes centrales para la comprensión de nuestras sociedades contemporáneas; de ahí el interés por analizarlas y establecer su carácter cambiante de sus transformaciones económicas y de la orientación de sus políticas (Mosco, 1996; Murdock, 1998).

Antes de continuar debo definir, en forma concisa, cómo entiendo a la cultura. Siguiendo al investigador británico Raymond Williams, desde una visión antropológica y sociológica, ubico a la cultura

como al *sistema significante* a través del cual necesariamente (aunque entre otros medios) un orden social se comunica, se reproduce, se experimenta y se investiga” (Williams, 1981:13). En otras palabras, “cultura es el conjunto de las prácticas en las que se elaboran, procesan y comunican los significados de la vida social (Guevara Niebla y García Canclini, 1992: IX).

En esa misma línea, Jorge A. González caracteriza a la cultura “como una dimensión omnipresente de las relaciones sociales²... Desde un punto de vista científico, la cultura debe ser entendida como una dimensión de análisis de todas las prácticas sociales; es la sociedad total, observada desde la dinámica de construcción y constante reelaboración histórica y cotidiana de la significación” (González, 1994:59).

Finalmente, coincidiendo con García Canclini, cabe señalar que

la cultura no sólo representa la sociedad; también cumple, dentro de las necesidades de producción de sentido, la función de reelaborar las estructuras sociales e imaginar. Además de representar las relaciones de producción, contribuye a reproducirlas, transformarlas e inventar otras (1982:43).

Con estos presupuestos enfatizo que la cultura está inserta en todo hecho socioeconómico. De tal forma que las industrias culturales son las instituciones que están directamente relacionadas con la producción social de estos significados, así como en la transmisión y renovación del capital cultural. Todo esto administrado, operado y distribuido bajo una lógica industrial, que tiene una gran penetración en la mayoría de nuestras sociedades, por lo que contribuyen, a partir de sus productos, a definir y distinguir la visión de nuestro mundo. Aunque coincido con Bourdieu, en que ésta se hallará diferenciada en función de las posiciones desiguales que se presentan en la amplia gama de la estructura social de nuestras sociedades (Bourdieu, 2002).

Por lo tanto, los productos culturales –en este caso, los cinematográficos–, los entiendo de dos formas: por un lado, retomo lo que afirma el investigador Renato Ortiz, al considerarlos elementos dinámicos que contribuyen en la elaboración de las culturas e identidades nacionales (Ortiz, 1998), y, por el otro, como mercancías producidas y distribuidas en una estructura industrial capitalista.

Coincidiendo con David Hesmondhalgh, en las industrias culturales incluimos a la televisión, el cine, la radio, la prensa, las editoriales de libros y revistas, la grabación de música y de video en sus diferentes formatos, el Internet y los juegos de video (Hesmondhalgh, 2002:12).

Ante los conceptos antes establecidos, pienso que la propuesta de análisis de la economía política de la comunicación nos permite advertir la problemática multi-variable de la industria cinematográfica mexicana, al proponer una observación amplia, compleja y dinámica. A partir de ella se hace hincapié en la evaluación de los efectos de las políticas que organizan y permiten operar a las industrias audiovisuales:³ en el estudio de sus estructuras; en la amplitud de sus contextos socio-culturales; en el valor –económico– y en los significados –culturales– de sus productos.

Por lo tanto, la Economía Política de la Comunicación, busca documentar un contexto de totalidad social. Además, esta propuesta teórica propone al entendimiento de las interrelaciones entre las empresas de las industrias culturales y los sitios del poder en nuestras sociedades, como una variable necesaria para completar el análisis de la comunicación social (Wasko, 2003:9). En el caso específico de nuestro país, pienso que es de suma importancia seguir estas líneas de estudio, discutir sus premisas y ponerlas en comunicación con los presupuestos sociológicos, antropológicos, económicos e históricos, justamente porque la sociedad mexicana posee una estructura asimétrica e inequitativa, por lo que la identificación de las contradicciones, a través del análisis de la economía política, puede proveer estrategias de intervención, de resistencia y de cambio (Wasko, 2003:11).

Finalmente, para cerrar con este apartado, presento las preguntas que guían esta investigación: ¿Cuáles son los antecedentes de la industria cinematográfica mexicana? ¿Qué políticas se han impulsado por parte de los gobiernos mexicanos hacia esta industria? ¿Qué impactos tuvieron las re-regulaciones⁴ a Ley de la Industria Cinematográfica en 1992 y 1998? ¿Cómo se han desarrollado las tres ramas de la industria en los últimos años? ¿Quiénes tienen acceso, en términos socio-económicos, al consumo de los productos cinematográficos? ¿Cuál es el balance, en términos económicos y culturales, de la industria cinematográfica mexicana?

Antecedentes

La industria cinematográfica mexicana, desde 1939 hasta 1992, se caracterizó por una clara y directa participación estatal. Incluso, el investigador argentino Octavio Getino, la caracterizaba de la siguiente forma:

la política del Estado mexicano de integración vertical, llevó a ejercer un liderazgo en la comercialización interna e internacional de sus películas, facilitando también actividades productivas del sector privado y del sindical a niveles nunca igualados en un país capitalista (Getino, 1998:125).

Por otro lado, cabe matizar que en la mayoría de las políticas impulsadas, la participación del Estado, vía las distintas administraciones priístas, obedeció más a situaciones coyunturales, que a una estrategia de Estado o a un plan rector con planeación a largo plazo. De hecho, la actuación de los gobiernos se desarrolló en función de los diferentes intereses del presidente en turno, lo que repercutió, por lo general, en una falta de continuidad y de renovación en las políticas y programas, situación que más que ser una característica propia de la industria cinematográfica, es una particularidad de las lógicas del sistema político mexicano en su conjunto, de esos años (Gómez, 2002).

De hecho, un ejemplo de esta situación fue la falta de revisión de la *Ley de la Industria Cinematográfica*, pues desde que se decretó, por primera vez en 1950, no se reformó de manera importante sino hasta 1992. Es decir, esta industria cultural operó durante cuarenta años con la misma normativa, situación que permitió una serie de vicios e inconsistencias, al no incorporar en la Ley iniciativas que fueran acordes con las transformaciones económicas, industriales, tecnológicas y socio-culturales que se presentaron a través del tiempo.

La industria cinematográfica mexicana, desde 1926 hasta finales de 1989, produjo 4,609 películas,⁵ convirtiéndose en la más prolífica e importante de Iberoamérica (Getino, 1998:52).⁶ Incluso a finales de los años cuarenta la industria cinematográfica mexicana fue la cuarta industria en importancia en México por su participación en el PIB (García Riera, 1971:207).

Ante estos antecedentes cabe preguntarse ¿cuáles fueron las circunstancias para que una industria aparentemente sólida y con raíces profundas, cayera en una crisis tan aguda durante la segunda mitad de los años noventa? Propongo entender las circunstancias de la industria cinematográfica, a finales del siglo XX y principios del XXI, a partir, principalmente, del viraje estructural que hicieron los gobiernos priístas desde

comienzos de los años ochenta, al impulsar políticas de corte privatizador, encaminadas a disminuir la participación del Estado en las distintas industrias y re-regular las leyes en esa dirección.

La historia reciente

Bajo esa lógica, se impulsó la eliminación de las políticas proteccionistas y los mecanismos de financiamiento que apoyaron a la industria cinematográfica durante las cuatro décadas anteriores.

No obstante, hay que decir que esta situación –probablemente– se impulsó, de forma acelerada, durante la administración Salinas, al realizarse una mala lectura de la transición que atravesó la industria cinematográfica durante los años ochenta y principios de los noventa, ya que durante ese periodo, la iniciativa privada fue el principal inversionista y productor, al realizar un promedio de setenta películas al año (Ugalde, 1998:47).⁹ Empero, más adelante se vería que estas empresas productoras privadas no disponían de bases financieras y flujos de capital sólidos.

En su mayoría se trataba de compañías de pequeños y medianos empresarios, por lo que, al no contar con el apoyo gubernamental de financiamiento y el respaldo de la Ley de 1950, que tenía una cuota de pantalla del 50% para la producciones nacionales, su continuidad se vio comprometida. Asimismo, la crisis económica de finales de 1994 fue devastadora para la mayoría de los pequeños y medianos empresarios.

Otra circunstancia que debemos incluir dentro del contexto de la crisis de la industria cinematográfica, fueron las negociaciones que inició el gobierno mexicano para firmar el TLCAN, con Estados Unidos y Canadá. En ellas, se le “recomendó” a México, entre muchas otras prerrogativas, el cambio de la Ley de la industria cinematográfica para que estuviera en consonancia con las políticas de la libre circulación de productos y libre flujo de inversiones.

Coincido con el investigador Hernán Galperín en que las políticas de comunicación que se impulsaron durante la presidencia de Carlos Salinas de Gortari (1988-1994):

se basaron en tres pilares: la privatización de las cadenas estatales más importantes, desregulación de los mercados audiovisuales y la disminución de la intervención pública en la producción y distribución de los productos audiovisuales (Galperín, 1999:634).

Estas circunstancias se han mantenido e incluso se acentuaron con las administraciones de Ernesto Zedillo (1994-2000) y de Vicente Fox, del 2000 al 2006 (Lozano, 2002).

Tales modificaciones, a su vez, las encuadramos dentro de las reformas estructurales del Estado mexicano que han impulsado los distintos gobiernos, desde 1982, siguiendo los lineamientos y directrices recomendadas por organismos internacionales, como el Banco Mundial (BM) y el Fondo Monetario Internacional (FMI), así como por los compromisos adquiridos en distintos acuerdos y tratados económicos internacionales y regionales, como la Organización Mundial de Comercio (OMC) y el Tratado de Libre Comercio de América del Norte, respectivamente (Gómez, 2004); este último generó una aceleración en los cambios iniciados desde los años ochenta (Crovi, 2001; Sánchez Ruiz, 2001). Sobre el particular, es importante señalar que todas estas reformas y compromisos asumidos fueron avalados e impulsados desde las distintas administraciones priistas, con el convencimiento de que esas políticas eran las necesarias para la modernización del país.

La problemática que están planteando estos cambios estructurales es que las asimetrías socioeconómicas de la población mexicana no se han reducido, ya que si bien el Producto Interno Bruto (PIB) y el PIB per cápita han aumentado progresivamente desde 1995 al 2002, la distribución del ingreso sigue siendo desigual e inequitativa, con lo que las desigualdades han aumentado vertiginosamente en los últimos años.

Durante el 2002, el PIB per cápita ascendió a los 6,370 dólares. Según el informe del Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) 2002, el 10% más pobre de la población mexicana tenía un ingreso del 1.3% del total del PIB; el siguiente 20% menos pobre acumuló sólo un 3.5, mientras que el 20% más rico tiene 57.4% y el 10% más rico, un 41.7% (PNUD, 2003: 195). Además, dicho informe calcula que el 62.7% de la población mexicana está bajo el límite de la pobreza por tener un ingreso menor a los dos dólares diarios (PNUD, 2003:157). El salario mínimo en México, durante el 2002, era de alrededor de los 3.9 dólares diarios (117 dólares al mes). Estos datos nos permiten tener una radiografía general sobre la potencial capacidad de consumo y de acceso a los distintos bienes que tienen las diferentes clases sociales de la sociedad mexicana.

Antes de finalizar con este apartado, es importante señalar que presento una tabla con las distintas políticas públicas relacionadas con el cine, que impulsaron las distintas administraciones gubernamentales, desde 1936 hasta 1988, con el objetivo de que el lector tenga más puntos de referencia en el tiempo, así como para identificar la intervención activa que desarrollaron los distintos gobiernos en el pasado y compararlos con los del presente (véase la Tabla I en la página siguiente). Además, proponemos contrastar estas políticas con la Gráfica 1 (en la página 259),

que presenta la producción cinematográfica nacional durante ese mismo periodo de tiempo, para advertir los impactos de esas políticas en la producción nacional.

Tabla I
Políticas cinematográficas más importantes
impulsadas por los gobiernos mexicanos:1936-1990

Año	Políticas cinematográficas	Presidente
1936	Financiación de los Estudios Cinematográficos CLASA	Lázaro
1939	Decreto de cuota de pantalla	Cárdenas
1941	Creación del Banco Nacional Cinematográfico (dependiente del Banco de México) Decreto de Supervisión Cinematográfica	Manuel Ávila Camacho
1945	Creación de la Compañía distribidora Películas Mexicanas (<i>Pelmex</i>). Área de distribución Iberoamérica y el Sur de los Estados Unidos	
1947	Creación de la Compañía distribidora Cinematográfica Mexicana Exportadora (Cimex) Área de distribución a países de habla diferente a la hispana en todo el mundo	Miguel Alemán
1949	Ley de la Comisión Nacional Cinematográfica	
1950	Ley Federal de la Industria Cinematográfica (Cuota de pantalla del 50%)	
1960	El gobierno adquiere las cadenas de exhibición más importantes del país: la Operadora de Teatros y Cadena de Oro.	A. López Mateos
1969	El gobierno adquiere los Estudios Churubusco (los más importantes del país)	G. Díaz Ordaz
1972	Creación de las instancias encaminadas financiar las producciones nacionales: Corporación Nacional Cinematográfica de los Trabajadores y el Estado (I y II)	Luis Echeverría
1974	Construcción de la Cineteca Nacional	
1975	Fundación del Centro de Capacitación Cinematográfica (CCC) Compra de los Estudios América	
1976	Creación de la Dirección Nacional de Radio, Televisión y Cinematografía	José López Portillo
1977-1982	Medidas ejecutadas por la Dirección: • Desaparición de CONACITE I • Desaparición del Banco Nacional Cinematográfico	
1983	Creación del Instituto Mexicano de Cinematografía (IMCINE)	
		Miguel De la Madrid

Fuente: Gómez (2002:48)

Estructura de la industria *cinematográfica mexicana 1988-2003*

Coincido con Enrique Sánchez Ruiz cuando afirma que, en la actualidad, caracterizamos a la industria cinematográfica mexicana como: concentradora, altamente deficitaria (en cuanto a la balanza entre películas nacionales y extranjeras), transnacionalizada (en términos de las inversiones que participan en sus tres ramas), en crisis y en contracción por lo que respecta al sector de la producción (Sánchez Ruiz, 2001), así como en una fuerte tendencia hacia la *elitización* de sus consumos.

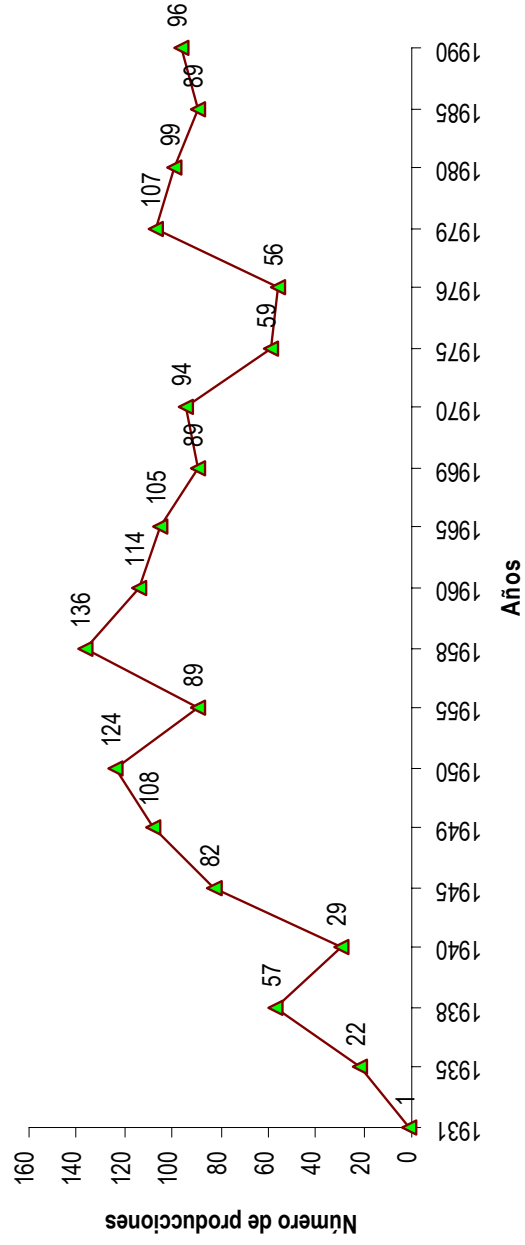
Pasando a las ramas específicas de la industria, la exhibición ha experimentado una sobresaliente recuperación, puesto que incrementó el número de salas y de entradas de forma constante desde 1995; sin embargo, la participación en cuota de pantalla de las producciones mexicanas no ha experimentado crecimiento alguno. Las ramas de la distribución y de la producción de ámbito nacional permanecen estancadas y en estado de crisis; aunque es importante señalar, que, a partir de 1997, se puede hablar de algunas excepciones que nos confirman la potencialidad que puede ofrecer la producción cinematográfica mexicana.

Por lo que se refiere a las estadísticas relacionadas con los ingresos de la industria, que se ven reflejadas en la recaudación en taquilla, observamos un crecimiento importante. Como veremos más adelante, tales sumas se las llevan, principalmente, las compañías de exhibición y las distribuidoras de origen extranjero: estas últimas controlan alrededor del 70% del total de la distribución de las películas que se estrenan en el país.

En términos brutos, la industria cinematográfica mexicana creció en más de un 350% entre 1996 y el 2002: en 1996 se estimaban sus ingresos totales en 137 millones de dólares (MCR&S, 1998:201), mientras que en el año 2002, éstos oscilaban, sólo por concepto de entradas en taquilla, en los 500 millones de dólares (*La Jornada*, 23 de mayo, 2003).

El crecimiento espectacular que experimentó el sector de la exhibición colocó a México en el cuarto lugar a nivel mundial, ascendiendo desde el catorceavo, que ocupaba en 1994 (*Reforma*, 6 de marzo, 2001).

De manera correlativa a las cifras expuestas, el número de espectadores, en los años 2000, 2001 y 2002, ha sido ascendente, al totalizar 130, 140 y 152 millones de boletos vendidos, respectivamente (*La Jornada*, 23 de mayo, 2003). Sin embargo, aquí tenemos que preguntarnos: ¿qué sectores de la población mexicana tienen acceso a estos bienes culturales, a partir de su poder adquisitivo?



Gráfica 1. Número de películas mexicanas de 1931 a 1990. Destacando cada cinco años y los años de mayor y menor producción por cada década.
 Fuente: Elaboración propia con datos de García Riera 1969:289; 1970:304; 1971:347; 1972:405; 1973:352; De la Vega, 1995:303 y en Ugalde, 1998:55.

Producción

La producción cinematográfica mexicana se encuentra en una situación muy delicada desde 1995; entre 1991 y 1994 el promedio de las producciones en México eran del orden de 44 películas al año, mientras que entre 1995 y 2000 el promedio bajó hasta tan sólo 17 cintas anuales (Gómez, R., 2002a). No obstante, después de haber tocado fondo con apenas diez largometrajes en 1998, las producciones se incrementaron hasta 28 en el 2000. Desafortunadamente para la producción nacional, esa suma decreció en 21, 14 y 25 largometrajes en el 2001, 2002 y 2003, respectivamente, por lo que la producción mexicana no camina y sigue en una situación de crisis.

Las razones de esta caída radical en la producción cinematográfica obedecieron principalmente a cuestiones de orden económico y político. En lo político, la clave fue el cambio de la Ley cinematográfica de 1992. Por ejemplo, en el artículo 3° transitorio, la nueva normativa estableció la disminución gradual del 50% de tiempo de pantalla que la anterior Ley reservaba como mínimo para las producciones nacionales, hasta llegar al 10% en 1997. Esto trajo como consecuencia una retracción en las inversiones por la falta de confianza de los inversionistas, al no contar con la garantía de que las producciones nacionales fueran proyectadas en las salas cinematográficas del país.

Por otro lado, también el fomento a la producción fue descuidado por las autoridades gubernamentales, tanto en la subvención directa de las instituciones públicas, como por medio de incentivos fiscales y créditos a la producción privada y cooperativas. Estas circunstancias, combinadas con la crisis económica nacional de finales de 1994, acarrearón una crisis sin precedentes en la industria, repercutiendo en la pérdida de varias fuentes de trabajo.

La principal productora en la última década del siglo XX, fue la filial del *Grupo Televisa*, *Televisine*; desde 1998 se han incorporado nuevas productoras como *Argos Cine*, *Titán producciones*, *Altavista Films*, *Coyoacán Films*,⁸ *Indifilms* y *Bandidos Films*, entre otras. La forma de operación que las ha caracterizado a todas son las coproducciones, entre las que se desatacan las asociaciones con productoras estadounidenses y españolas.

Por su parte, el Instituto Mexicano de Cinematografía (IMCINE), ente de operación estatal, produjo y co-produjo un total de 87 largometrajes de 1998 al 2002; de éstos, sólo cinco lograron pasar la cifra de 3 millones de espectadores y tres más únicamente lograron recuperar su inversión.

Además, cabe señalar que la distribución de la ganancia en taquilla también es totalmente desventajosa para el productor, pues de cada peso, sólo 13 centavos pertenecen al productor; entre 20 y 25 centavos corresponden al distribuidor; y 51 centavos quedan en manos del exhibidor (Estrada, 2004).

Si bien se han creado nuevas casas productoras, advertimos una mínima participación de las empresas nacionales en este rubro, pues *Televisa* es la única empresa que puede destacarse por su capacidad financiera y de liquidez de capital, condición que no tienen las demás compañías, las cuales, en su mayoría, están conformadas bajo la figura de *joint-ventures*.

Sobre la producción también debemos mencionar que en los últimos años se mantuvo la filmación de películas extranjeras, principalmente de origen estadounidense, dentro de las fronteras mexicanas, puesto que los bajos costos de producción y las locaciones naturales son un atractivo para las productoras foráneas. Durante el periodo entre 1994 y 2000 se rodaron un promedio de cinco largometrajes por año, entre los cuales podemos citar los éxitos taquilleros mundiales como “*Titanic*”, “*Perdida Durango*”, “*The Mask of Zorro*”, “*The Game*” y “*Romeo + Julieta*” (CANACINE, 2000). Las últimas super producciones que filmaron algunas escenas en el país fueron “*Capitán de mar y guerra*” y “*Troya*”.

En este sentido, las cintas extranjeras que se han filmado en México dejaron una derrama económica directa, entre 1995 y 2000, de 8.5 millones de dólares, además de la generación de 62, 890 empleos directos y 320, 000 empleos indirectos (*La Jornada*, 23 de diciembre de 2000).

Ahora bien, ¿qué beneficios genera esta situación? Principalmente, empleos temporales para un alto número de técnicos y de profesionales de la industria cinematográfica; el ingreso de divisas al país; y en algunas ocasiones, la promoción del país en términos de turismo. Sin embargo, en el aspecto referente a los contenidos y a la creación artística de las culturas mexicanas, los beneficios son escasos; dicha situación confirma a México como uno de los países favoritos de la industria *hollywoodense* para producir fuera de sus fronteras (Gómez, 2002).

La productora *Twentieth Century Fox* advirtió esta circunstancia y estableció una sucursal de sus estudios cinematográficos en la ciudad de Rosarito (Baja California): los *FOX-Baja*, en donde se han rodado, entre otras grandes producciones: *Titanic*, *Capitán de Mar y Guerra* y *Troya*, lo que representa para la empresa bajos costos de producción y, sobre todo, un desplazamiento mínimo en términos territoriales, pues Rosarito se encuentra muy cerca de Hollywood. Situación que posiciona a estos estudios ventajosamente, frente a los que se encuentran en otros países.

La distribución y exhibición

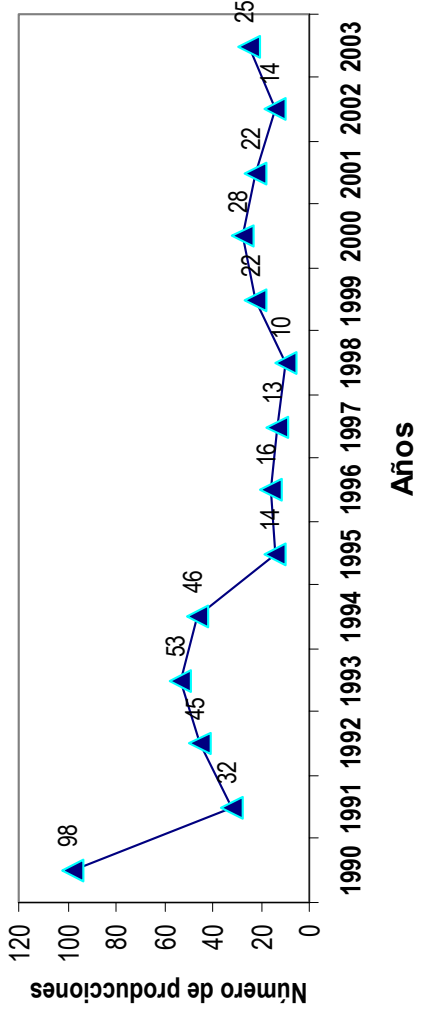
La distribución está concentrada principalmente en cuatro empresas (*UPI, Columbia, Videocine y Fox*), que controlan –desde 1994– alrededor del 70% de las películas de estreno en México (Sánchez-Ruiz, 2001). Por otra parte, la mayoría de las distribuidoras mexicanas no tienen el respaldo comercial y publicitario de las grandes *majors* estadounidenses; las únicas que han destacado en los últimos dos años son *Nu Vision* y *Zafra*.

Las producciones estadounidenses, desde los años noventa, dominan el mercado de la distribución y el de los estrenos en México (Ugalde, 1998); no obstante, lo que llama la atención son los niveles mínimos a los que llegaron los estrenos de películas mexicanas en 1998, con tan sólo ocho largometrajes, representando el 2.70% de cuota de pantalla de ese año, con lo que se llegó al mínimo histórico, desde principios de la tercera década del siglo XX (Gómez, 2002).

En el 2002 se estrenaron veinte películas mexicanas, una más que el año anterior, teniendo una participación de cuota de pantalla y de taquilla de alrededor del 10% –6 millones de boletos vendidos y una derrama económica de 182.5 millones (*Revista del Consumidor*, núm. 326, abril, 2004). La película mexicana más taquillera de ese año fue *El crimen del Padre Amaro*, superando los tres millones de espectadores; por otra parte, el cine estadounidense acaparó el 88% del mercado de la exhibición (*La Jornada*, 22 de diciembre de 2002).

Durante el 2003 la tendencia no cambió, puesto que de las 272 películas que se estrenaron, 24 fueron mexicanas, 24 francesas, 14 españolas, 14 inglesas, siete alemanas, 33 de distintos países y 156 estadounidenses (*Revista del Consumidor*, núm. 326, abril, 2004); con lo que el principal producto cinematográfico que se exhibe y circula en las salas mexicanas es el estadounidense.

La exhibición presenta el escenario con mayor crecimiento y expansión de la industria en el país, debido al incremento sostenido del número de salas y de recaudación. El número de espectadores que asistieron en 2000, 2001, 2002 y 2003 fue de 130, 140, 152 y 138 millones (*La Jornada*, 23 de mayo, 2003 y *Revista del Consumidor*, núm. 326, abril, 2004), lo que nos da un promedio de 1.3, 1.4, 1.5 y 1.3 entradas por habitante, respectivamente. Otros datos importantes, que nos ayudan a medir la “bonanza” de las empresas de la exhibición, son los que estiman que el mercado superó los 400 millones de dólares, en el 2001 (*Reforma*, 11 de octubre de 2002) y los 500 millones de dólares, en el 2002 (*La Jornada*, 23 de mayo de 2003).



Gráfica 2. Número de producciones mexicanas 1990-2002
Fuente: Elaboración propia con datos de Canacine e IMCINE

Tabla II
Desarrollo de las salas de exhibición, espectadores, promedio de entrada por habitante, recaudación, precio promedio por entrada y promedio del ingreso diario del salario mínimo por día en México de 1992 al 2002

	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
Número de salas	1,618	1,415	1,434	1,495	1,639	1,842	2,105	2,320	2,607	2,700	2,900
Espectadores (en millones)	112	87	69	62	80.4	94	104	110	130	140	152
% de entradas por habitante	1.5	0.9	0.7	0.6	0.7	0.9	1.1	1.18	1.34	1.4	1.5
Recaudación (en millones de dólares)	224	295	248	96.1	132.7	162.6	272	370.7	472	588	577
Precio promedio del boleto (en dólares)	2	3.39	3.59	1.55	1.65	1.73	2.62	3.37	3.63	4.2	3.8
Salario mínimo al día (en dólares)	3.57	3.88	3.73	3.1	2.86	3.28	3.05	3.64	3.8	4.3	3.9

Fuente: Elaboración propia con datos de CANACINE, INEGI, Banco de México, *Reforma*, 14 de agosto de 2000 y *Revista del Consumidor*, abril 2004.

Hasta finales del 2002, según la Cámara de la Industria Cinematográfica y del Videograma (Canacine) reportaba que en México existen 30 cadenas de cine y 2,900 salas⁹ (*La Jornada*, 23 de mayo de 2003); sin embargo, sólo cuatro empresas controlaban el 85% del mercado y acumulan el 87% de las pantallas. Los dos grupos líderes de capitales mexicanos son: la Organización Ramírez con sus complejos Cinépolis, Multicinemax y Cinemas Gemelos; agrupa 133 establecimientos con 990 salas. El otro, Multimedia Cinemas Cadena de Oro¹⁰ con 510 salas y 120 mil butacas. Detrás de ellos se colocan dos empresas con capitales mayoritariamente extranjeros: Cinemex, controlada por el conglomerado canadiense, ONEX Corp. y Oaktree Capital Management,¹¹ con 34 complejos y 346 salas; y la transnacional estadounidense Cinemark,¹² con 26 complejos y 256 pantallas.

El resto de las compañías que operan en México y que abarcan alrededor del 10% del mercado nacional son: Econocinemas, Cinemas Lumière e Intecine, entre otras; la mayoría de estas compañías ofrecen precios “accesibles” a los sectores populares. Es importante señalar que sólo un 25% por ciento del mercado de la exhibición está orientado a las clases populares (aquí sumamos el 10% de estas cadenas de exhibición con el porcentaje de las salas de la Organización Ramírez destinadas a sectores con menores ingresos). También hay que señalar que el restante 10% pertenece a los pequeños empresarios que tienen únicamente una sala, a lo largo y ancho de la República Mexicana.

De tal forma que, con estos datos, podemos establecer hacia qué sectores se está orientando la infraestructura de la exhibición en el país; es decir, éste se dirige hacia las clases sociales con un poder adquisitivo medio y alto, pues los precios en taquilla de los nuevos grandes complejos cinematográficos excluyen a grandes sectores de la población mexicana (véase la Tabla II en la página anterior).

No obstante, existen otras vías para que las clases sociales con un bajo poder adquisitivo puedan tener acceso a algunos productos cinematográficos que se presentan en el circuito audiovisual. Es por medio del mercado ilegal (“pirata”) que se puede acceder a estos bienes, con lo que la piratería se convierte en una opción para las clases medias y bajas. Por ejemplo, en México un DVD de una película que se está estrenando en cartelera se puede adquirir por la módica cantidad de \$10 pesos (menos de un dólar); es decir, cuatro veces menos que un boleto para entrar al cine o una renta en DVD de algún videoclub. Además, con dicho disco pirata es posible que vean la película las personas que se quiera y el número de veces que se deseen. De tal forma que en México existe el caldo de cultivo necesario para que la “piratería” relacionada con las industrias audiovisuales se desarrolle exitosamente; por un lado, existen las condiciones socioeconómicas de un amplio mercado excluido y, por el otro, un sistema de justicia corrupto y con muchos vacíos jurídicos. Asimismo, en la actualidad, el desarrollo tecnológico permite realizar la actividad de la piratería de forma eficiente (pensemos en las ventajas de una grabación en video digital sobre un VHS, en términos de número de copias, tiempo de copiado, calidad).

Políticas de comunicación cinematográficas

La Ley del sector decretada en 1992 tuvo como principales beneficiarios a los exhibidores y los distribuidores –mayoritariamente de capitales extranjeros–, ya que sólo se centró en los puntos o temas que siempre habían provocado un gran interés y debate por parte de estas ramas de la industria cinematográfica los relacionados con la cuota de pantalla y la liberalización de los precios de taquilla.¹³

Ante la situación crítica por la que atravesó la industria nacional cinematográfica, a mediados de los años noventa, distintos grupos relacionados con el cine urgieron a los legisladores de la Cámara de Diputados (LVII Legislatura) a reformar la Ley de 1992, por sus impactos negativos al no cumplirse sus objetivos asentados en el Artículo 1º y, sobre todo, porque no se cambió a fondo.¹⁴ Pues no se instrumentaron acciones im-

portantes relacionadas con la promoción, el financiamiento, la distribución y la producción del cine nacional. Asimismo, no se incluyeron cuestiones asociadas con las nuevas tecnologías.

La Ley de 1998 reformó once de sus artículos, así como la denominación y ubicación de varios capítulos. Lo destacable de esta reforma a la Ley fue que se particularizó en cada rama de la industria y se tomaron en cuenta aspectos que tenían que ver con el cambio tecnológico que afecta el día a día de la producción, distribución y exhibición cinematográfica; también hay que subrayar la búsqueda de nuevos consensos entre los legisladores y los sectores involucrados con la finalidad de tejer un marco jurídico que buscó beneficiar a los distintos grupos implicados en esta industria –sindicatos, directores, actores, empresarios y públicos.

En lo que se refiere a la producción, la Ley le otorga su carácter dual, económico y cultural, al entenderla de la siguiente forma en su Artículo 14:

La producción cinematográfica nacional constituye una actividad de interés social, sin menoscabo de su carácter industrial y comercial, por expresar la cultura mexicana y contribuir a fortalecer los vínculos de identidad nacional entre los diferentes grupos que la conforman. Por tanto, el Estado fomentará su desarrollo para cumplir su función de fortalecer la composición pluricultural de la nación mexicana, mediante los apoyos e incentivos que la Ley señale.

Los artículos que podemos calificar como novedosos, frente a la de 1992, son los referentes al fomento de la industria (del Artículo 31 al 38), en donde se promueve su desarrollo a través de la creación de un fideicomiso, con lo que se formó un fondo de inversión al cine, cuyo objetivo principal es la promoción y producción permanente del cine mexicano. Este fideicomiso fue denominado con el nombre de Fondo de Inversión y Estímulos al Cine (Fidecine).¹⁵ Éste, otorga recursos para producir películas con visión comercial, mientras que el otro fondo, denominado Fondo para la Producción Cinematográfica (Foprocine) apoya cintas que tienen objetivos artísticos.¹⁶ Empero, no se profundizó de forma importante para ofrecer estímulos fiscales a empresarios privados que invirtieran directamente en producciones independientes, así como la penalización del no cumplimiento de la cuota de pantalla y la no inclusión de un capítulo sobre la regulación de la transmisión de películas por televisión; tampoco se estableció un mecanismo claro que comprometiera al gobierno a mantener el subsidio, para que tuviera viabilidad Foprocine. De tal forma que la Ley en este aspecto quedó corta, pues los incentivos para la producción son claves para impulsar a dicha industria.

Por lo tanto, los cambios efectuados en la normativa cinematográfica de 1998, hacer pensar que no están cumpliendo con su principal objetivo, pues éste a la letra dice:

El objeto de la presente Ley es promover la producción, distribución, comercialización y exhibición de películas, así como su rescate y preservación, procurando siempre el estudio y atención de los asuntos relativos a la integración, fomento y desarrollo de la industria cinematográfica nacional.

Sobre el particular es importante contrastarla con la Ley de 1950, que consideraba a la industria de la siguiente forma:

...la industria cinematográfica de interés público...corresponde al Gobierno Federal, por conducto de la Secretaría de Gobernación, el estudio y resolución de todos los problemas relativos a la propia industria a efecto de lograr su elevación moral, artística y económica (en Gómez, 2002:108).

Con lo que vemos claramente, las lógicas distintas sobre el papel del Estado frente a la industria cinematográfica, en las dos normativas.

Regresando a la Ley del 98, pensamos que es imperioso impulsar su reforma para instrumentar mecanismos diferentes, pues desde que entró en vigor y hasta la fecha, no ha habido cambios significativos que nos hagan pensar que el marco legal en cuestión delinea las acciones necesarias para cumplir con el objeto de la Ley. Además, el Artículo 19, que se refiere al 10% de cuota de pantalla para las películas mexicanas, no se está cumpliendo año con año (Chairez, 2004), por lo que, al vincularlo con el Artículo 1, se deben de tomar cartas en el asunto.

En el marco internacional, México participa en el fondo iberoamericano denominado *Ibermedia*¹⁷ desde 1997.

A finales del 2002, la Cámara de Diputados, a propuesta de la comunidad de directores y productores mexicanos, decretó un impuesto especial para conseguir recursos para los fondos estatales, al gravar un peso por cada entrada pagada en los cines de la República Mexicana (el precio promedio del boleto en taquilla, en 2003, era de 38 pesos, 3.8 dólares), con lo que se esperaba recaudar, al año, la cantidad cercana a los 150 millones de pesos (alrededor de 15 millones de dólares).¹⁸ Dicho monto se pensaba repartir a partes iguales entre FIDECINE y FOPROCINE.

La propuesta impulsada por la Cámara de Diputados, fue impugnada por las distribuidoras estadounidenses al interponer varios amparos para no acatar la iniciativa del peso en taquilla, fallo que se resolvió positivamente para los empresarios en los Tribunales correspondientes, lo que frustró un mecanismo interesante de financiación para las producciones mexicanas.

Lo preocupante de esta situación, es que actualmente ya se hicieron los suficientes cambios estructurales, a los distintos marcos legales que intervienen en el mercado audiovisual, para que los jueces inhabiliten al Estado de poder participar con este tipo de medidas, por lo que pareciera ser que ahora, lo “natural” es que el Estado no debe de meter sus manos en el mercado, ni siquiera para promover y financiar a la producción nacional. Esto último es en donde radica el más peligroso de los cambios estructurales: el papel del Estado ante el mercado y frente a los capitales nacionales y extranjeros.

Conclusiones

Ante los datos presentados en la investigación, concluyo que la corrección que impulsó el gobierno a través de su marco legal, fue negativa al manifestarse una aguda crisis en la industria cinematográfica, durante la segunda década de los noventa, tanto a nivel económico como cultural.

En lo económico, porque se perdieron bastantes fuentes de empleo y entradas de recursos al país por concepto de divisas, lapidando una industria que durante mucho tiempo fue importante dentro del conjunto de la economía mexicana y el principal productor y exportador iberoamericano; mientras que en lo cultural, el déficit no ha sido menos grave. Éste lo podemos medir en función de dos indicadores: el primero, al bajar la producción cinematográfica mexicana a mínimos históricos —en 1998— al realizarse sólo once filmes; y el segundo, como consecuencia del anterior, al advertir el desnivel que se presentó (1994-2003) en la comparación de filmes estrenados de origen mexicano y extranjero; es decir, en el consumo de productos cinematográficos por su lugar de origen.

Esto, desde nuestra perspectiva, representa un encarecimiento de referentes culturales mexicanos que son necesarios para contribuir en la vertebración, circulación y construcción de las ideologías, los imaginarios y las identidades de la sociedad mexicana pluricultural del siglo XXI.

Es decir, a partir de nuestro abordaje teórico, en la medida que las culturas mexicanas se expresen de diversas formas y plasmen sus distintas preocupaciones, a través del cine o cualquier otro producto cultural, se estará enriqueciendo la forma de mirarnos y de pensar nuestras prácticas sociales, lo que sirve como un contrapeso y vector dinámico de apuntalamiento ante los bienes culturales que llegan de otras culturas.

Desde el ámbito político, llego a concluir que la realidad de la industria cinematográfica nos muestra las nuevas circunstancias de transición a la democracia por las que transita México, ya que por un lado, la impo-

sición de la Ley de 1992 demostró la falta de sensibilidad, de visión y de discusión (lo que llevó a la industria a sus niveles más bajos). Mientras que por el otro, la Ley de 1998 reflejó la nueva conformación de fuerzas políticas al interior de la Cámara de Diputados, al conseguir la iniciativa de la oposición y de amplios sectores de la comunidad artística, intelectual y cultural para reformar la Ley. Sin embargo, como señalamos líneas arriba, esas reformas a la Ley se quedaron cortas y necesita ser corregida, pues se precisan más que buenas intenciones; acciones e instrumentos concretos que se plasmen en la normativa.

De tal forma, se puede concluir que la industria cinematográfica en México corre a distintas velocidades: mientras el sector de la exhibición crece de manera constante cada año, el sector de la producción no termina de despegar y el de la distribución parece aniquilado.

Esta situación nos plantea un panorama negativo, puesto que el motor central de cualquier industria cultural es la producción de contenidos, pues es ahí donde se establece uno de los procesos creativos y de representación, en el caso de los productos culturales, de las distintas expresiones de lo mexicano, con lo que nuestros referentes culturales –que se difunden de forma masiva– se están viendo disminuidos de forma alarmante.

Finalmente, es necesario subrayar la preocupación de la elitización de los consumos cinematográficos, pues las condiciones socioeconómicas de gran parte de los mexicanos los excluyen del acceso de estos bienes. Lo que fomenta las desigualdades entre las distintas clases sociales, al excluir a grandes colectivos de la sociedad mexicana, al no tener acceso a las distintas formas de expresión, de creación y de consumo cultural.

Por lo tanto, desde nuestra perspectiva, el Estado debe de intervenir en dos direcciones: primero, para buscar fórmulas que incluyan a los grandes sectores que están marginados, con el objetivo de reducir las asimetrías y, al mismo tiempo, garantizar el acceso a la cultura (sustentado en la lógica del derecho a la cultura); y segundo, impulsar mecanismos que incentiven a los empresarios mexicanos para que participen activamente en la producción y distribución; además, de proteger y garantizar a través de los fondos públicos la difusión y producción de las distintas expresiones artísticas de lo mexicano a través del cine.

Notas y referencias bibliográficas

1. Agradezco a la Dra. María de la Luz Casas y al Dr. Marcial Murciano por sus atinados comentarios a la presente investigación. La primera versión de este artículo fue presentado en el XX encuentro de la AMIC 2004, realizado en Veracruz, Veracruz.
2. Sobre el particular, el investigador mexicano enumera las siguientes características: “1) Es una propiedad consustancial a toda sociedad concreta e histórica; 2) No es una ‘entidad flotante dentro de las superestructuras sociales que sólo permanezca y se mueva de modo especular y acorde con los movimientos reales de la infraestructura económica’; 3) Tiene materialidad y soportes sociales objetivos y, por lo que respecta al ámbito de su especificidad, la división social del trabajo la ha circunscrito a los distintos procesos de construcción, codificación e interpretación social de sentido; 4) La especificidad ‘síglica’ o semiótica de la cultura no es una componente más agregada a la ya de por sí compleja trama de relaciones sociales de la sociedad en su conjunto. No se puede ser socialmente y no significar. No hay acción social sin representación y orientación simultánea y co-presente de ella; 5) En virtud de todo lo anterior, la cultura entendida como el universo de todos los signos discursos socialmente construidos, no agota su eficiencia en el hecho de ‘ser’ sólo significante, pues precisamente significa, sirve; por ello, la cultura también es un instrumento de primer orden para accionar sobre la composición y la organización de la vida y el mundo social. Finalmente podemos decir que las relaciones entre +cultura y sociedad no son del orden de continente a contenido o viceversa” (González, 1994:59).
3. Es importante apuntar que se entiende a la industria cinematográfica como parte de las industrias audiovisuales; esto en términos de pensarla dentro de un contexto más amplio, a partir de las interacciones y formas de operación entre el circuito audiovisual, puesto que en la actualidad no podemos comprender a las distintas industrias de lo audiovisual por sí mismas. Sin embargo, para efectos de esta investigación, la diseccionamos, para presentar –de forma sintética y ordenada– los resultados que aquí se presentan.
4. Aquí utilizo el término re-regulación (*re-regulation*, por su término en inglés), en lugar de “desregulación”, porque no se han eliminado las leyes y los reglamentos, sino que se han reformado por nuevos marcos reguladores. No obstante, la lógica general de estas reformas van encaminadas, al igual que en otros países, a favorecer a la iniciativa privada y en especial a los grandes grupos transnacionales (Murdock, 1990:12-13).
5. García Riera, 1969, 1970, 1971, 1972, 1973; Paranaguá, 1995; Ugalde, 1998.
6. Según datos del investigador argentino Getino, de 1930 a 1996, se habían producido en la región once mil películas, de las cuales cinco mil corresponden a la

- industria mexicana, lo que representa el 46% del total, colocándola por delante de las de Brasil y Argentina (Getino, 1998:52).
7. Además, no tomaron en cuenta que esa situación obedeció también a la incorporación tecnológica de la generalización de las cámaras de video, lo que abarató los costos de producción de las distintas compañías productoras.
 8. Esta empresa es un “*joint venture*” a partes iguales entre Warner y Televisa.
 9. Con este número de salas se rompe el record histórico de exhibición, ya que el tope de número de salas al que se había llegado anteriormente era de 2,831 en 1982 (Gómez, 2002a).
 10. Esta cadena pertenece al grupo, afincado en Monterrey, Multimedios/Milenio. Esta empresa es propietaria de nueve canales de televisión local en el norte del país, nueve periódicos, 41 estaciones de radio, del sistema Cablevisión Monterrey y de otros negocios relacionados con el sector de la hostelería.
 11. En el 2004, la empresa canadiense vendió las acciones de Cinemex a las compañías de fondos de inversión de origen estadounidense The Carlyle Group, Bain Capital y Spectrum. Cinemex es la compañía líder del área metropolitana de la ciudad de México.
 12. Tiene complejos en Argentina, Brasil, Canadá, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Estados Unidos, Honduras, Nicaragua y Perú.
 13. Con relación a la liberalización de los precios de las entradas se trató, también, de un tema bastante espinoso, pues desde 1970 era controlado por el gobierno; incluso durante los años ochenta el precio de una entrada de cine estuvo considerado dentro de los productos de la canasta básica de primera necesidad (es decir, junto al huevo, la tortilla, pan, frijol). Se trataba de una situación exagerada, pues el gobierno debió, en todo caso, establecer ese control sólo en las salas de su propiedad y no en todo el circuito de la exhibición. Este es un ejemplo de los excesos por parte de los gobiernos priístas en materia de control e intervención en un mercado.
 14. Parte de la explicación a la falta de visión de la Ley 92 obedeció o reflejó la forma de hacer política del régimen mexicano, ya que hasta 1997 el partido en el poder siempre tuvo la mayoría absoluta en las cámaras de Diputados y Senadores, de tal forma que las leyes presentadas por el Ejecutivo nunca se revisaban, ni se modificaban y simplemente eran aprobadas por la mayoría del partido oficial en ambas instancias legislativas.
 15. La administración de Zedillo otorgó 135 millones de pesos (equivalentes a 13.5 millones de dólares) para el arranque de este fondo. En el 2003, el presupuesto que otorgó la administración del presidente Fox a IMCINE fue de sólo 70 millones de pesos.
 16. Este fondo recibió también \$135 millones; sin embargo, a diferencia del otro, la Ley no contempla un subsidio directo para este financiamiento, por lo que dependiendo del humor del ejecutivo y del legislativo, es posible transferir recursos a este fondo.
 17. El Fondo *Ibermedia* está actualmente ratificado por doce países miembros que financian el Programa: Argentina, Bolivia, Brasil, Colombia, Cuba, Chile, España, México, Perú, Portugal, Uruguay y Venezuela.

18. Para darnos una idea de qué tanto pueden ayudar estos fondos, debemos remitirnos al costo promedio por producción de las películas mexicanas. Según Víctor Ugalde, rondan el millón y medio de dólares (Ugalde, 2001).

Bibliografía

- Bourdieu, P. (2002). *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto*. Taurus, México D.F.
- Crovi, D. (2001). "El tratado de libre comercio de América del Norte ¿Hacia una nueva etapa? El proyecto Monarca", en: Quirós y Sierra (Dir.) *Crítica de la economía política de la comunicación y la cultura*, Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, Sevilla, pp. 135-152.
- Estrada (2004). "Industria cultural apabullada por la competencia hollywoodense, más cines y menos espectadores", en: *Revista Mexicana de Comunicación*, no. 85. Febrero-Marzo de 2004.
- Galperin, H. (1999). "Cultural Industries Policy in Regional Trade Agreements: the Case of NAFTA, the European Union and MERCOSUR", en: *Media, Culture & Society*, 21(5) pp. 627-648.
- García Canclini, N. (1982). *Las culturas populares en el capitalismo*. Nueva Imagen, México.
- García Riera, E. (1971). *Historia documental del cine mexicano*. Tomo III, Era, México, D.F.
- Getino, O. (1998). *Cine y televisión en América Latina. Producción y mercados*, Ciccus, Buenos Aires.
- Golding, P. y Murdock (1991). "Culture, Communications, and Political Economy", en: Curran J. and Gurevitch M., *Mass Media and Society*, Edward Arnold, 2nd Edition, London, pp. 70-92.
- Gómez, R. (2004). "TV Azteca y la industria televisiva mexicana en tiempos de integración regional (TLCAN) y desregulación económica", *Comunicación y Sociedad*, número 1, Guadalajara, pp. 51-90.
- (2002). *Análisis de la industria audiovisual mexicana (1994-2000). Estructura, desarrollo y tendencias*. Trabajo de tesina, Universidad Autónoma de Barcelona, Bellaterra.
- González, J. A. (1994). *Más (+) Cultura(s). Ensayos sobre realidades plurales*. CNCA, México, D.F.
- Guevara Niebla, G. y García Canclini, N. (coords.) (1992). *La educación y la cultura ante el Tratado de Libre Comercio*, Nueva Imagen, México, D.F.
- Hesmondhalgh, D. (2002). *The Cultural Industries*, Sage, London.
- Lozano, J.C. (2002). "Políticas de comunicación y telecomunicaciones en México: entre la liberalización y la intervención del estado en las estructuras de propiedad y control". Ponencia presentada en el III Encuentro Iberoamericano de Economía Política de la Comunicación, organizado por la Universidad de Sevilla y la revista *EPTIC On Line*. Sevilla, España, 19 de julio de 2002.

- Media Research Consultancy & Spain (MR&C) (1998). *La industria audiovisual Iberoamericana: datos de sus principales mercados*, MR&C, Madrid.
- Mosco, V. (1996). *The Political Economy of Communication*, Sage, London.
- Murdock, G. (1998). "Comentarios de base: Las condiciones de la práctica cultural", en: Ferguson y Golding (eds.) *Economía política y estudios culturales*, Bosch: Barcelona, pp. 161-184.
- Ortiz, R. (1996). *Otro territorio*, Ediciones Convenio Andrés Bello, Bogotá, Colombia.
- Paranaguá, P. (ed.) (1995). *Mexican Cinema*, BFI-IMCINE, London.
- PNUD (2003). *Informe sobre el desarrollo del mundo 2002*. PNUD, Paris.
- Sánchez Ruiz, E. (2001). "Globalization, Cultural Industries and Free Trade: The Mexican Audiovisual Sector in the NAFTA Age", en: Mosco V. y Schiller, D. (eds.), *Continental Order? Integrating North America for Cybercapitalism*, Rowman & Littlefield Publishers, Maryland, pp. 86-119.
- Ugalde, V. (1998). "Panorama del cine en México: cifras y propuestas", en: *Estudios cinematográficos*, UNAM, núm. 14, pp. 45-59.
- (2001). "Una nueva Ley, una nueva industria". Mimeo: www.francia.org.mx/debates/noviembre/leydecine.htm#biovu, consultado en Internet el 22 de enero de 2002).
- Wasko, J. (2003). *How Hollywood works*, Sage, London.
- Williams, R. (1981). *Sociología de la cultura*, Paidós, Barcelona.