

El cine mexicano y el Tratado de Libre Comercio
de América del Norte (TLCAN): una historia de sobrevivencia
en tiempos del neoliberalismo



Rogelio G. Garza Rivera
Rector

Carmen del Rosario de la Fuente García
Secretaria General

Celso José Garza Acuña
Secretario de Extensión y Cultura

Antonio Ramos Revillas
Director de Editorial Universitaria

EL CINE MEXICANO
Y EL TRATADO DE LIBRE COMERCIO
DE AMÉRICA DEL NORTE (TLCAN):
UNA HISTORIA DE SOBREVIVENCIA EN TIEMPOS
DEL NEOLIBERALISMO

Lucila Hinojosa Córdova



Hinojosa Córdoba, Lucila

El cine mexicano y el tratado de libre comercio de América del Norte (TLCAN) : una historia de sobrevivencia en tiempos del neoliberalismo / Lucila Hinojosa Córdoba .— Ciudad de México: Colofón ; Universidad Autónoma de Nuevo León, 2017

91 p. ; 16.5 x 23 cm

1. Cine mexicano — Aspectos culturales 2. Cine mexicano — Aspectos económicos
3. Globalización 4. Tratado de Libre Comercio de América del Norte 5. Libre comercio

LC: PN1993.5M4 H56

Dewey: 791.4309 H56

Primera edición, 2017

© Universidad Autónoma de Nuevo León

© Lucila Hinojosa Córdoba

Diseño de portada: Francisco Zeledón

Padre Mier No. 909 poniente, esquina con Vallarta
Monterrey, Nuevo León, México, C.P. 64000
Teléfono: (5281) 8329 4111 / Fax: (5281) 8329 4095
e-mail: editorial.uanl@uanl.mx
Página web: www.uanl.mx/publicaciones

Dictaminación, diseño y cuidado editorial: Colofón S.A. de C.V.

Franz Hals 130,

Col. Alfonso XIII,

Delegación Álvaro Obregón, C.P. 01460

Ciudad de México, 2016.

www.paraleer.com • Contacto: colofonedicionesacademicas@gmail.com

ISBN: 978-607-8513-58-1

Prohibida su reproducción por cualquier medio mecánico o electrónico sin la autorización escrita de los editores.

Impreso en México • *Printed in Mexico* El tiraje consta de 1 000 ejemplares

Esta obra fue recibida por el Comité Interno de Selección de Obras de Colofón Ediciones Académicas para su valoración en la sesión del primer semestre de 2017, se sometió al sistema de dictaminación a “doble ciego” por especialistas en la materia, el resultado de ambos dictámenes fueron positivos.

Índice

Presentación	11
Introducción	15

PRIMERA PARTE

I. La economía política de la comunicación y la cultura	21
II. Las aportaciones del cine a la economía de la cultura	31
III. La industria cinematográfica mexicana en la economía política mundial	37

SEGUNDA PARTE

IV. La entrada al TLCAN como estrategia de globalización	49
V. La crisis: el cine mexicano posterior al TLCAN	59
VI. Las transformaciones: una industria en recuperación	71
VII. Los retos: más Estado y menos mercado	77
Reflexiones finales	81
Referencias	85

*A mi esposo Jaime,
mi primer lector y crítico*

Presentación

Desde 1998 iniciamos una línea de investigación sobre el cine mexicano “en tiempos del neoliberalismo”, proponiendo un planteamiento poco común, en ese entonces, en los estudios de comunicación realizados desde las ciencias sociales y las humanidades: un acercamiento a las intersecciones que entre la dinámica de la globalidad contemporánea y las emergentes articulaciones e integraciones nacionales y locales se estaban desarrollando como parte de la nueva configuración geopolítica, económica y cultural de finales del siglo XX e inicios del XXI.

Nuestro país, como muchos otros, se integró al proceso globalizador mediante la firma de tratados, uno de ellos fue el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN o NAFTA) que firmó con Estados Unidos y Canadá. En el 2017 se cumplieron 25 años de haberse firmado el Tratado.

En este recorrido hemos visto que, posterior a la entrada en vigor del TLCAN en 1994, sobrevino una gran crisis en la industria del cine nacional, que si bien había iniciado unos años antes, fue en la década de 1990 cuando casi la hace desaparecer.

Quienes hemos estudiado el cine mexicano posterior al TLCAN pensábamos que la adopción de las políticas económicas neoliberales, las desregulaciones y privatizaciones que se llevaron a cabo en el sector, como parte de las negociaciones del Tratado, estaban provocando más consecuencias negativas que beneficios en su circuito productivo, sin embargo, pocos nos habíamos dado a la tarea de analizar a profundidad si había otros factores que también estuvieran influyendo en su circuito productivo y en qué medida le estaban afectando.

Luego de una gran crisis a mediados de la década de 1990, conforme fue pasando el tiempo, la industria del cine empezó a recuperarse, lenta pero promisoriamente a partir de 2000, sostenida más por la férrea voluntad de una nueva generación de cineastas que siguieron produciendo sus películas, aun cuando el financiamiento era difícil y escaso.

A la vuelta de 25 años de la firma del TLCAN, la situación del cine mexicano se ve de distinta manera. En 2016 la producción cinematográfica alcanzó las 140 películas, la más alta en la historia del cine nacional, incluida la Época de Oro; contamos con casi 6000 salas de cine distribuidas en el país; se vendieron 296 millones de boletos en taquilla, de los cuales 17.2 millones fueron para ver películas mexicanas; nuestros cineastas están teniendo grandes éxitos tanto en el país como en el extranjero, haciendo películas nacionales e internacionales que están atrayendo a grandes públicos y son reconocidas en festivales y premiaciones.

¿A qué se debe este renacer del cine mexicano?, ¿cómo sobrevivió al TLCAN?

En las siguientes páginas se presenta lo que consideramos ha sido una historia de sobrevivencia, pero también de mitos y realidades en torno a los efectos del TLCAN en la industria cinematográfica mexicana. No pretende ser “la historia”, tampoco es la historia jamás contada; existen otros estudios, de investigadores muy reconocidos, que han abordado el tema, la diferencia es que lo que aquí se presenta es una mirada con enfoque local en sus entrecruces con el contexto mundial, es un acercamiento producto de varios años de investigación cuya intención es presentar un acercamiento a esta etapa histórica del cine mexicano.

El libro se divide en dos partes: en la primera, dividida en tres capítulos, se expone el contexto en el que se enmarca el análisis que nos ocupa, algunos conceptos sobre la economía política de la economía y la cultura, las contribuciones económicas del cine a la economía mexicana, y el lugar que ocupa la cinematografía mexicana en el mercado mundial; en una segunda parte, dividida en cuatro capítulos, se describen las condiciones en las que se firmó el TLCAN, la crisis que padeció, su transformación y posibles retos a futuro. Se termina con algunas reflexiones finales entrecruzadas con propuestas que pudieran empoderar nuestra cinematografía nacional.

La cinematografía es la industria cultural menos estudiada en la investigación de la comunicación social en México, a diferencia de la atención que han recibido la prensa, la radio y la televisión, incluyendo al día de hoy las nuevas tecnologías de información y comunicación como los dispositivos móviles y las redes sociales, en cuyas plataformas digitales también está incursionando el cine.

Por otra parte, hacen falta estudios que den cuenta de las transformaciones que el proceso de globalización económica, vía los acuerdos y tratados internacionales, están propiciando en las industrias culturales tanto nacionales como locales, en los modos de producción y circulación de los productos culturales configurados en la dinámica global-local, así como de los modos de consumo y recepción de sus consumidores.

Agradezco a la Universidad Autónoma de Nuevo León el apoyo brindado para la realización de esta publicación a través del fondo del Programa de Apoyo a la Investigación Científica y Tecnológica (PAICYT) en su versión 2015, cuyo objetivo fundamental es fortalecer la investigación científica y tecnológica que se realiza dentro de la institución.

LUCILA HINOJOSA CÓRDOVA
Monterrey, México
Marzo de 2017

Introducción

El 1º de enero de 2017 se conmemoraron 25 años de la firma del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN o NAFTA) entre México, Estados Unidos y Canadá.

México, como la mayoría de los países, inició su integración a la globalización mediante la firma de tratados y acuerdos internacionales para promover y garantizar el libre comercio, adoptando políticas económicas neoliberales como la apertura de sus mercados, desregulaciones y privatizaciones, lo que repercutió en la reestructuración, a veces difícil y complicada, de los diversos sectores productivos y de servicios del país, incluyendo el sector de las industrias culturales y creativas, como la cinematográfica.

Desde su nacimiento hace ya 120 años, la industria del cine ha sido parte de un proceso de expansión económica, tecnológica e ideológica de las naciones más desarrolladas, como resultado del poder económico y político que dichas naciones han instalado sobre la mayor parte del mundo, el cual se sigue expandiendo en el siglo XXI como extensión de la globalización internacional, marcando una época definida por nuevas formas de integración y confrontación que se configuran no sólo en los campos de batalla tradicionales, sino en la nueva arena virtual de las tecnologías informacionales.

En la sociedad global, las empresas, corporaciones y conglomerados transnacionales, en sus redes y alianzas, en sus planificaciones que operan regional, continental y globalmente, disponen de condiciones que les permiten imponerse sobre regímenes políticos y estructuras económicas de distintos países, rebasando sus condiciones de soberanía y hegemonía.

La globalización consiste, en primer lugar, en un modelo de gestión de la empresa que, como respuesta a la creciente complejidad del entorno competitivo, lleva a cabo la creación y fomento de competencias a escala mundial,

con el fin de maximizar sus beneficios y consolidar sus cuotas de mercado (Mattelart, 1998, pp. 82-83).

Nociones y conceptos como interdependencia y dependencia, imperialismo e integracionismo, se cuestionan y redefinen en el contexto de la globalización. Vínculos nuevos y antiguos replantean, también, sus condiciones de igualdad o desigualdad en el nuevo escenario mundial.

En 1992 México, Estados Unidos y Canadá firmaron el Tratado de Libre Comercio de América del Norte con el propósito de integrarse como un bloque en ese nuevo escenario mundial. A la vuelta de 25 años, y con las recientes declaraciones del presidente Donald Trump contra el TLCAN, la mayor parte de los sectores productivos y de servicios mexicanos se están preguntando en qué los ha beneficiado haberse integrado al Tratado, despertando una polémica en torno a si es conveniente continuar en él, revisarlo o rechazarlo.

En este contexto, el propósito de este libro es presentar un análisis de la reorganización que ha tenido la industria cinematográfica mexicana en su circuito productivo a partir de los efectos de las políticas económicas neoliberales, cambios regulatorios del sector y privatizaciones que se implementaron en el sector a raíz de la entrada en vigor del TLCAN en 1994.

El estudio forma parte de una línea de investigación que inició en 1998 y de la que se han publicado varios trabajos, los cuales se integran de alguna manera en esta edición. La investigación se aborda desde la perspectiva de la economía política de la comunicación y la cultura, enfoque crítico que analiza las relaciones entre los procesos de producción, distribución y consumo de bienes culturales en el contexto de una economía mundial capitalista. Se trata de un estudio longitudinal y descriptivo que abarca el periodo de 1992 a 2015, en el que se utilizan como método las técnicas de investigación documental, el análisis de contenido, la encuesta y la entrevista. Las preguntas con las que iniciamos fueron: ¿a qué se debía la crisis por la que atravesaba la industria del cine mexicano?, ¿era el TLCAN causante de ello?

La hipótesis de trabajo de inicio fue que las políticas económicas neoliberales, cambios en la regulación y privatizaciones adoptadas con motivo del TLCAN estaban afectando de manera negativa la producción y exhi-

bición de películas mexicanas, mientras que el consumo y los procesos de recepción de los espectadores eran favorables hacia estas películas.

Los resultados fueron mostrando que la producción de películas mexicanas disminuyó significativamente en la década de 1990 con respecto a la década anterior, sin embargo empezó a mostrar un crecimiento promisorio a partir de 2000, donde la continuidad se está logrando, en parte, gracias a la implementación de estímulos gubernamentales que en apoyo a la producción y distribución iniciaron en 1997 y, por otra, a nuevos modelos de negocio que están desarrollando los cineastas para realizar y promover sus producciones. No obstante, en este mismo periodo la exhibición de películas mexicanas en los cines comerciales del país se ha visto afectada de manera negativa, disminuyendo su proporción y tiempo en pantalla, debido al control oligopólico de la distribución por empresas transnacionales que a su vez controlan a las exhibidoras, y por una legislación no favorable a la exhibición de filmes nacionales que entró en vigor casi al mismo tiempo que el TLCAN; por otra parte, y a pesar de la escasa exhibición de películas mexicanas en las salas de cine comercial, se ha venido incrementando de manera continua el público que asiste a verlas, así como los ingresos en taquilla que generan las producciones mexicanas.

A la vuelta de una década revisamos la hipótesis de inicio. Si bien en un principio partimos de una premisa en contra del TLCAN, conforme fue pasando el tiempo e investigábamos más a fondo, recopilábamos evidencia mediante la observación de la oferta en los cines comerciales, realizando encuestas a la salida de las salas donde se exhibían películas mexicanas, y llevando a cabo entrevistas con especialistas, productores y promotores de nuestro cine, fuimos descubriendo que había opiniones encontradas, mientras unos le achacaban la crisis al TLCAN, otros señalaban que era la falta de apoyo del gobierno lo que se necesitaba, por lo que continuamos el estudio para profundizar más en ello.

Cuando con todo y crisis las películas *Como agua para chocolate* (Alfonso Arau, 1992), *Cilantro y perejil* (Rafael Montero, 1996), *Y tu mamá también* (Alfonso Cuarón, 2001) empezaron a llenar de nuevo las salas de cine en el país, atraían públicos internacionales y eran premiadas en festivales nacionales y extranjeros, comenzamos a buscar más evidencia que corroborara o refutara nuestra hipótesis, y surgieron nuevas preguntas,

¿realmente el TLCAN era el factor que había provocado la crisis en el cine mexicano, o había otros factores que no habíamos considerado?

Con esta obra se busca dar cuenta de la historia de sobrevivencia por la que ha pasado nuestro cine, una historia con algunos mitos y muchas realidades, una historia contada desde un contexto local desde el que se mira el horizonte mundial dominado por el neoliberalismo.

PRIMERA PARTE

I. La economía política de la comunicación y la cultura

El enfoque teórico de la economía política de la comunicación y la cultura es una de las perspectivas de mayor tradición en la investigación de las industrias culturales y la comunicación, y desde la cual se puede explicar la situación de la industria del cine mexicano en el contexto del TLCAN.

Desde la década de 1960 este enfoque ha guiado el trabajo de muchos investigadores alrededor del mundo y su expansión global continúa al día de hoy con autores pioneros como Dallas Smythe, Herbert Schiller, Armand Mattelart, Nicholas Garnham, Graham Murdock, Peter Golding, Kaarle Nordenstreng, Cees Hamelink, Vincent Mosco y Janet Wasko, por citar algunos, quienes inspiraron luego los trabajos de autores latinoamericanos como Octavio Getino, César Bolaño, Enrique Sánchez Ruiz, Guillermo Mastrini, Luis Ramiro Beltrán, Delia Covi, Rodrigo Gómez y muchos otros que han encontrado en este campo una explicación a los cambios estructurales y transformaciones históricas de los circuitos productivos de la comunicación y de la cultura.

Una de las primeras definiciones de este enfoque teórico la proporcionó el economista y profesor de la Universidad de Illinois, Dallas Smythe, quien invitó a los académicos a estudiar la economía de la comunicación en 1960, cuando presentó uno de sus primeros trabajos sobre el tema, en donde la define como “el estudio de las políticas y los procesos económicos, sus interrelaciones y sus influencias mutuas en las instituciones sociales” (Smythe citado por Segovia, 2006, p. 7). Defendía que el principal objetivo de aplicar este enfoque teórico era evaluar la influencia de las agencias de comunicación en las políticas que las organizan y bajo las cuales operan, así como el estudio de las estructuras y políticas de los actores de la comunicación en sus marcos sociales.

Más adelante Peter Golding y Graham Murdock (1974), así como Nicholas Garnham (1979), coinciden, desde una perspectiva crítica, en definir la economía política de la comunicación como el estudio de los

modos de producción y consumo cultural desarrollados en las sociedades capitalistas.

Graham Murdock y Peter Golding (1991) diferenciaron la economía política crítica de la corriente principal de la economía neoclásica al definir la primera como holística, histórica, con un interés primordial en el balance entre la empresa capitalista y la intervención pública. Sus explicaciones proporcionaron las bases para la aplicación de la economía política a la comunicación y la cultura.

Otro pionero en estos estudios, Armand Mattelart (1997), explicaba que este enfoque adoptó primero una forma de reflexión sobre el desequilibrio de los flujos de información y de productos culturales entre los países más desarrollados y los menos desarrollados y, a partir de 1975, la gestión de la economía política se abrió paso a través de una reflexión no ya sobre la “industria cultural”, sino de las “industrias culturales”. El paso al plural revela el abandono de una visión demasiado genérica de los sistemas de comunicación que debe afrontar la lógica comercial de un mercado en vías de internacionalización.

Los estudios bajo esta perspectiva se apoyan en varias disciplinas como la historia, la sociología, la economía y la ciencia política; su metodología se basa en un amplio espectro de métodos y técnicas que incluyen no sólo la economía marxista, sino métodos históricos y sociológicos, para indagar en las estructuras de poder y el análisis institucional de las industrias de la comunicación y la cultura.

Por lo general, en los análisis desde la perspectiva de la economía política prevalece una visión macro, esto es, se analizan los condicionantes externos a las industrias culturales, en especial los económicos (como la transnacionalización de capitales, la constitución de oligopolios en el sector), los políticos (como las relaciones de las empresas con los gobiernos, regulaciones nacionales e internacionales que rigen su funcionamiento) y los ideológicos (como el modelo dominante de globalización neoliberal que imponen los países más desarrollados).

Las referencias a los términos *política* y *economía* llaman la atención hacia el hecho de que la producción y distribución de cultura tiene lugar en un sistema económico específico, constituido por relaciones entre el Estado, la economía, las instituciones y prácticas sociales, la cultura y las

organizaciones de la industria cultural. La economía política abarca, entonces, la economía, la política y las relaciones entre ellas y otras dimensiones centrales de la sociedad y la cultura.

Respecto a las industrias culturales, por ejemplo, en las democracias occidentales una economía neoliberal determina la producción cultural gobernada por las leyes del mercado, pero los imperativos democráticos a veces demandan cierta intervención del Estado para garantizar la diversidad de la oferta y la equidad en el consumo, para tratar de equilibrar con ello el poder de los grandes corporativos que han privatizado los bienes culturales.

Herbert Schiller señalaba que entre las características de las industrias culturales de esa época destacaba su carácter ideológico profundamente estructurado y penetrante: “el fuerte consumo popular de bienes y servicios culturales, y los contextos en los que la mayoría son ofrecidos, representan una dieta diaria de valores sistémicos” (Schiller, 1993, pp. 48-49).

Hoy en día, en el contexto de una globalización neoliberal, la economía política destaca que las sociedades bajo este régimen económico están organizadas de acuerdo con un modo dominante de producción que estructura las instituciones y prácticas según la lógica comercial y la acumulación del capital, por lo que la producción cultural, entre ellas la cinematográfica, es orientada al mercado y la rentabilidad.

En esta línea, Nicholas Garnham (1997) puntualizaba que la economía política de la cultura no afirma que todas las prácticas culturales estén determinadas por el modo de producción de la vida material o sean funcionales a él, pero sí argumentaba que el modo capitalista de producción tiene ciertas características estructurales que afectan los salarios e intercambios que constituyen las necesarias e inevitables condiciones de existencia de las personas. Estas condiciones moldean y determinan los modos en los que las prácticas culturales tienen lugar —el espacio físico, los recursos materiales y simbólicos disponibles, los ritmos temporales y las relaciones espaciales—. También elaboran las preguntas a las que las prácticas culturales de las personas dan respuesta y establecen la agenda cultural.

No es sencilla la relación entre las desiguales relaciones de poder involucradas en la producción, distribución y consumo de los productos culturales, pero existe. Un grupo social delimitado, con fines económicos

y políticos, determina cuáles significados circulan y cuáles no, qué historias son contadas y cuáles no, qué argumentos reciben preeminencia y qué recursos culturales son puestos a disposición de quién. El análisis de este proceso es vital para entender las relaciones de poder involucradas en la cultura y sus relaciones con estructuras más amplias de poder (Garnham, 1997).

Ampliando más en este enfoque, Vincent Mosco (2009) también mencionaba que “la economía política es el estudio de las relaciones sociales, particularmente de las relaciones de poder, que mutuamente constituyen la producción, distribución y consumo de recursos”. Desde este punto de vista, los productos de la comunicación como periódicos, libros, videos, películas y audiencias, son los recursos primarios. Esta definición llama la atención hacia las fuerzas fundamentales y los procesos en juego en el mercado. Hace énfasis en cómo una compañía produce una película o una revista, sus negociaciones con aquellos que llevarán a cabo la distribución en el mercado, y cómo los consumidores deciden acerca de qué ver, leer o escuchar. Finalmente, considera cómo las decisiones de los consumidores alimentan de nuevo el proceso de la producción de nuevos productos.

La economía política del cine

Con fundamento en lo anterior, se pueden analizar entonces las articulaciones entre la producción, exhibición y consumo de productos culturales como los filmes. En un sistema de mercado los productores responden a las demandas de los consumidores y, al mismo tiempo, las necesidades y deseos de los consumidores son moldeados por la oferta disponible del mercado. Diferentes modos de producción determinados por contextos sociohistóricos y estructurales configuran distintos patrones de consumo y prácticas culturales entre los consumidores.

De este modo, el estudio de una industria tan importante para la identidad cultural y nacional como lo es la cinematográfica, encuentra en este enfoque una vía para la explicación de cómo las relaciones entre las determinaciones económicas internacionales, las regulaciones del Estado, las

políticas económicas estatales y las condiciones propias de la industria del cine establecen las condiciones estructurales no sólo para la producción, sino también para el desarrollo de los procesos de selección que los espectadores llevan a cabo al elegir una película de acuerdo con las dinámicas de la distribución y exhibición.

En relación con esto, Thomas Guback, analista fílmico, decía: “la típica película de la que los inversionistas esperan una utilidad puede o no ser artística, pero siempre es un bien de consumo” (Guback citado por Schiller, 1993, p. 49).

También Guback (citado por Wasko, 2006) señalaba que hasta hace unas décadas se criticaba que el estudio del cine se centraba excesivamente en aspectos teóricos y críticos aderezados con un barniz histórico carente de base teórica. El principal argumento de Guback era que los estudios sobre cine descartaban de manera habitual la investigación del cine como institución económica y como medio de comunicación.

En su texto, Guback describe una “perspectiva institucional” para abordar el cine, que es muy semejante a la economía política aplicada al estudio de la comunicación. Esta corriente de análisis posee una personalidad propia y se le identifica fácilmente en los estudios sobre comunicación, pero en el campo de los estudios sobre el cine es menos identificable.

Tal vez se deba a que los estudios de cine tienden a catalogarse en las humanidades, mientras que los estudios sobre la comunicación y los medios se fundamentan en las ciencias sociales. Sin embargo, este olvido debe superarse si se quiere entender al cine en su contexto real. Hoy en día el cine debe ser considerado como parte de la gran industria de la comunicación.

Como señala Janet Wasko:

La economía política representa una perspectiva diferente y distinta del estudio del cine, aunque no haya recibido el reconocimiento debido en el campo de los estudios fílmicos [...] Es muy importante destacar la relevancia de las implicaciones políticas e ideológicas de las estrategias económicas, pues no en vano el cine debe también enmarcarse dentro del contexto social, económico y político general, y debe ser criticado en la medida en que contribuye a mantener y reproducir las estructuras de poder (Wasko, 2006, pp. 101-102).

Básicamente, retomando lo expresado por Wasko (2006), la economía política del cine debe entender las películas como mercancías producidas y distribuidas dentro de una estructura industrial capitalista.

En este sentido, una industria cultural como la cinematográfica adoptará rasgos específicos que tendrán variaciones según el Estado-nación. Sus rasgos serán determinados, entre otros factores, por la estructura y desarrollo de la economía del país en cuestión, por el tipo de régimen de Estado, por las características de las relaciones de clase y por las relaciones entre los estados dominantes con los subordinados.

Al respecto, la siguiente consideración describe el proceso que afecta a un producto cultural moderno como el cine:

... el carácter objetivo del cine es su existencia como producto. Que es producto por el trabajo asalariado, y que su objetivo es su valor de cambio, al igual que casi todo en el capitalismo [...] El productor de cine no es, en realidad, la persona cuyo nombre aparece en la pantalla. Esa persona es un sustituto que lleva a cabo la lógica generalizada del orden institucional en el que existe la industria cinematográfica. El producto último de un bien es el conjunto de relaciones de propiedad que le son específicas a una época histórica (Guback citado por Schiller, 1993, p. 47).

La perspectiva latinoamericana

Octavio Getino es uno de los representantes más reconocidos del enfoque de la economía política de la cultura y la comunicación en el contexto latinoamericano. Nacido en España, pero radicado en Argentina desde la década de 1950, fue un destacado cineasta, escritor y comprometido intelectual con la realidad de su época y gran crítico de la cultura imperialista.

En la industria cultural, señalaba Getino (1998), el objetivo capitalista se sintetiza en realizar un producto destinado al consumo, en el marco de un proceso guiado por el lucro (la reproducción ampliada del capital invertido), y consiguientemente por una ideología que concibe al hombre como espectador-consumidor, es decir, no como fin a cuyo desarrollo y

mejoramiento hay que condicionar la actividad productiva, sino como objeto y materia de uso, para mejoramiento y desarrollo del capital.

En este sentido, los ciclos de reproducción ampliada del capital se desarrollan desde los inicios de la industria cinematográfica en los países altamente industrializados y desarrollados, es decir, los países centrales, y los países periféricos, o sea, el proletariado de las metrópolis capitalistas, no interesan más que como meros adquirientes de los rezagos de productos que ya están amortizados. Así, los países dependientes (o periféricos) de América Latina cumplen un rol secundario para el negocio imperial de los más desarrollados como Estados Unidos y algunas naciones europeas.

El investigador argentino señala que la cinematografía iberoamericana, como parte del espacio audiovisual regional, ha estado condicionada por la relación existente entre las fuerzas del mercado internacional. Para proteger política y económicamente a la asociación de productores cinematográficos estadounidenses (Motion Picture Association of America), el gobierno de Estados Unidos ha tratado siempre de impedir cualquier medida proteccionista que restrinja la llamada “libertad de comercio” en las pantallas de la región. En la medida en que considera a las películas como simples manufacturas —y no como bienes culturales—, cualquier tentativa de regulación del mercado cinematográfico tensiona las relaciones con la nación del norte (Getino, 1998).

Como la mayoría de los países latinoamericanos no otorga ni al cine ni al audiovisual la importancia económica, cultural y estratégica que es común en Europa y otras regiones, la práctica común lleva a los exhibidores a negociar por su cuenta con las *majors* la programación anual en las salas, que controlan en su mayoría.

Como señala Getino en otro trabajo posterior, el desafío mayor lo enfrentan las pequeñas empresas, a cargo de más del 80% de las películas realizadas en América Latina, cuya principal dificultad no es tanto la producción de filmes como la amortización de los mismos, debido a la estrechez de los mercados locales y a la desigual competencia con los oligopolios de la comercialización internacional (Getino, 2007, p. 172).

Por otra parte, Becerra y Mastrini (2006), en un análisis que realizan sobre los estudios de la economía política de la comunicación, mencionan que una de las carencias que se observan para este enfoque es analizar el

impacto del llamado “gobierno global de la comunicación”, y que aunque existen trabajos sobre el tema, pocos muestran estudios empíricos que permitan avanzar analíticamente sobre sus consecuencias. En opinión de estos investigadores, más relevados han sido los estudios sobre los procesos de integración regional y sus impactos sobre el sector audiovisual y las telecomunicaciones.

Entre estos pocos trabajos que versan sobre los procesos de integración regional en el sector audiovisual, y más específicamente en el cinematográfico en México, se pueden citar algunos de Enrique Sánchez Ruiz (1998, 2012, 2015), uno de los principales representantes de la economía política de la cultura y la comunicación en el país y quien ha realizado una amplia investigación sobre el impacto del TLCAN en la industria cinematográfica mexicana desde una perspectiva histórico-estructural.

Haciendo una crítica a la economía política neoliberal que rige hoy en día en los mercados del sector audiovisual, Sánchez parte de la hipótesis de que las “fuerzas del mercado por sí solas no pueden conducir a una mayor competitividad, diversidad y pluralismo cuando se trata de mercados oligopólicos, altamente concentrados, como los de la industria audiovisual” (Sánchez Ruiz, 2012, p. 292). En estos mercados no opera el principio de que entre más competido sea el mercado más perfecto será, porque simplemente no opera el principio de la existencia de una competencia cuando hay un oligopolio, por lo que la oferta y la demanda no funcionan equitativamente para los participantes en el mercado.

En un estudio reciente donde analiza las políticas audiovisuales en América del Norte, Sánchez Ruiz (2015) señala que Canadá, a diferencia de México, a pesar de haber desarrollado tardíamente su industria audiovisual, ha ejercido y continúa desplegando políticas públicas que se podrían denominar “neoproteccionistas”, que intentan proteger y fomentar sus industrias culturales, en particular la audiovisual.

Canadá, además de padecer el control de la distribución de las *majors* de Estados Unidos, también se ha convertido en una casi “maquiladora filmica” de Hollywood (Sánchez Ruiz, 2015), a pesar de haber tenido iniciativas para poner cuotas de contenido canadiense en sus pantallas, a lo que la industria estadounidense acusó de proteccionismo. Sin embargo, Canadá siempre se ha distinguido por una defensa de su soberanía cul-

tural, ahora fundamentada en la defensa de la diversidad cultural, por lo que se ha rehusado a incluir las industrias culturales en los tratados internacionales en los que ha participado.

Sin embargo, aunque Canadá ha implementado diversas políticas para apoyar su industria cinematográfica, desde que el guión se concibe hasta que llega la película a la pantalla, al igual que México se ve agobiada por el control de la distribución y buena parte de su exhibición por las transnacionales estadounidenses. Su producción va dirigida más al mercado exterior que al interno (véase Sánchez Ruiz, 2015).

El mercado necesita de la participación gubernamental para corregir las inequidades y asimetrías que provoca el mercado libre, altamente concentrado, como lo es el mercado cinematográfico internacional, controlado por Estados Unidos, lo que se traduce en políticas públicas que protejan y fomenten el patrimonio cultural.

La economía política de la comunicación y la cultura nos ayudan, entonces, como un marco epistemológico en el análisis de los efectos del TLCAN en el cine mexicano, para tratar de entender las relaciones sociales, particularmente las relaciones de poder, que gobiernan los procesos de producción, distribución e intercambio de recursos, en este caso las películas, los problemas de control y de sobrevivencia a los que se enfrentan, en un análisis que incluye la totalidad social, la historia, el cambio y una posición moral en la práctica social. En pocas palabras, es el estudio del control y la sobrevivencia en la vida social.

II. Las aportaciones del cine a la economía de la cultura

En México el cine ha sido determinante para desarrollo social, cultural y económico, ya que a su llegada se conectó muy bien con las clases populares. De igual forma el cine provocó una serie de encadenamientos productivos generadores de empleo y riqueza, que si bien decayeron durante la década de 1990, a partir del presente siglo parecen entrar en franca mejoría. Los servicios audiovisuales son uno de los sectores más complejos, sensibles a las políticas (fiscales, restricciones de inversión extranjera, telecomunicaciones y licencias de difusión y regulación, entre otras) y con mayor generación de valor agregado dentro de las industrias creativas (UNESCO, 2005). Sin embargo, los datos sobre este sector son escasos y con la información disponible no es posible estimar su contribución real al comercio global y a la economía mundial.

Al respecto, Ernesto Piedras (2004, pp. 119-126) señala que son muy escasas las estadísticas que se tienen en México sobre las industrias culturales en general, y destaca que de la industria audiovisual de la que con más información se cuenta es la del cine, ya que es la más importante de nuestro país, sin embargo, son pocos los estudios que se realizan a nivel regional o estatal que analicen las consecuencias de anteponer las “leyes del mercado” por sobre las regulaciones estatales y su impacto en los sectores productivos de bienes y servicios, como es el caso del sector de las industrias culturales y, en particular, de la industria cinematográfica.

En esto también coinciden Valdez y Ruiz-Ramírez (2012), quienes señalan que “hay que resaltar que las estadísticas de la industria del entretenimiento son de difícil acceso y su contabilidad aún representa un problema debido a que es una rama de la economía prácticamente nueva”.

Contra lo que piensa la mayor parte de los economistas y los administradores de empresas, “las industrias culturales agregan valor económico y social a naciones e individuos”, asegura Ernesto Piedras:

Las industrias culturales tienen esta doble naturaleza cultural-económica, y participan en la economía en términos de la creación y de la contribución del empleo al PIB. En el aspecto cuantitativo es una industria muy importante: después de la maquiladora y la petrolera, la cultural es la tercera más importante del país si tomamos en cuenta que la turística suma en su participación un porcentaje significativo de lo que aportan los activos culturales (Piedras citado por Alejo, 2012).

Entre 1998 y 2001 la industria cinematográfica contribuyó con 6.7% del producto interno bruto (PIB) de México; desde 2008 a la fecha con 7.3 por ciento.

La industria creció 9.1% entre 2012 y 2013; el incremento promedio durante el periodo de 2008 a 2013 fue de 6.7%, superior al promedio del sector de la cultura e incluso del total del PIB nacional que fue de 1.4%; en otras palabras, el comportamiento del cine es casi siete veces más dinámico que el conjunto de la economía mexicana (*Anuario Estadístico de Cine Mexicano 2015*).

De acuerdo con estadísticas de la Cámara Nacional de la Industria Cinematográfica (Canacine), en 2015 se vendieron 296 millones de boletos en taquilla, 15% más que en 2014. Desde 2008, cuando se vendieron 182.4 millones de boletos, el crecimiento de este indicador se ha mantenido constante.

Los ingresos en taquilla ascendieron a 13793 millones de pesos, 14.8% más que en 2014. En 2008 fueron de 7172 millones de pesos, lo cual nos dice que en seis años casi se duplicó esta cifra.

El precio promedio del boleto en 2015 disminuyó 0.4% con respecto a 2014, de 46.71 a 46.54 pesos. Aun cuando este indicador se incrementó paulatinamente de 39.32 pesos en 2008 al precio actual, esto no ha impedido que la venta de boletos y los ingresos en taquilla hayan aumentado, mejorando la economía de esta industria.

En 2015 México contaba con 121.7 millones de habitantes. La asistencia promedio anual se incrementó ese año 16% con respecto a 2014, de 2.1 a 2.5 por habitante. En 2008, 2009 y 2010 fue de 1.7, pero a partir de 2011 fue creciendo hasta llegar al indicador actual.

Desafortunadamente no todos los ingresos en taquilla se quedan en el país, la mayor parte se la llevan las distribuidoras transnacionales que

promueven la exhibición de películas estadounidenses principalmente, Walt Disney, Universal, Warner y Sony; la única mexicana que se vio beneficiada en 2015 con el ingreso de las 10 películas más taquilleras fue Videocine.

Mientras que entre Universal, Disney, Fox, Warner, Sony y Paramount obtuvieron 11039 millones de pesos de ingresos en 2015, es decir, 80% del total, Videocine obtuvo sólo 1109 millones, 8%. Otras distribuidoras mexicanas, como Corazón, sólo ganaron 431 millones de pesos, equivalentes a 3% del total.

Se estrenaron 459 películas en 2015, de las cuales 192 fueron de Estados Unidos, 85 mexicanas y 182 del resto del mundo. En cambio, sólo seis películas mexicanas fueron estrenadas en los cines de Estados Unidos.

El crecimiento económico del cine es un fenómeno mundial. La taquilla global en 2014 fue de 36.4 miles de millones de dólares, mientras que en 2015 fue de 38.6 miles de millones, 6% más que el año anterior. En México el crecimiento de la taquilla doméstica fue de 14.8% de 2014 a 2015, como lo habíamos mencionado, lo cual habla de una industria en prometedora mejoría.

Con ello, México se ubicó como el cuarto país con mayor número de boletos vendidos en 2015, por debajo de India, China y Estados Unidos, en ese orden, y fue el número 10 con mayor taquilla en 2015. También es el número cuatro en cantidad de salas a nivel mundial, por debajo de Estados Unidos, China e India, en ese orden.

La Canacine pronosticó la recaudación de la taquilla en México en alrededor de 911 millones de dólares para 2016.

Los datos anteriores confirman lo señalado por Martínez *et al.* (2010): en los últimos años la industria cinematográfica nacional ha recobrado dinamismo, su contribución no sólo es en la actividad económica, sino también en la exportadora, dadas las ventajas que ofrece al contar con recursos humanos especializados, instalaciones y servicios asociados, amplia variedad de paisajes, bajos costos relativos y de mano de obra.

Pero, ¿qué significado tienen estos datos cuando se comparan con los de antes de 1950 y cuál es su importancia?

En 1948 la Comisión Nacional de Cinematografía presentó un estudio que ofrece un panorama de la industria del cine mexicano en ese año. En

ese entonces México contaba con 22.7 millones de habitantes; 1726 salas de cine (un poco menos de las que tenía en 1998, como se verá más adelante); la inversión en edificios, maquinaria y equipo de los ocho estudios de producción existentes fue de 62850000 pesos; 59 foros para producción; la inversión total en la producción de 1931 a 1947 fue de 234435220 pesos; en 1947, los ingresos brutos en taquilla fueron de 137159710 pesos, un ingreso extraordinario considerando el tamaño de la población y el precio del boleto en taquilla de 1.22 pesos. Las localidades vendidas fueron 105177204 (en 1998 la asistencia fue de 104 millones, cuando la población era de 100.7 millones de habitantes). Esto quiere decir que en 1948 la asistencia en promedio fue de cinco, mientras que en 1998 fue sólo de uno.

En 1948 todavía prevalecía la legislación que reservaba 50% de las pantallas a las películas mexicanas, lo cual funcionaba como una protección para el cine nacional. De 700 películas producidas en el periodo de 1931 a 1947 se estrenaron 647, 89.6%. De las películas estrenadas en 1947, 54.5% fueron de Estados Unidos, 29% mexicanas y 16% argentinas.

Por otra parte, y paradójicamente, Estados Unidos, con el transcurso del tiempo y el crecimiento demográfico de su población de habla hispana, se está convirtiendo en uno de los principales mercados de consumo de películas mexicanas. Ya desde 2002 algunos distribuidores independientes en Estados Unidos, como IFC Films, vaticinaban esto al ver el éxito de la película *Y tu mamá también* (Alfonso Cuarón, 2001) en las pantallas estadounidenses: “la película fue más allá del mercado de habla extranjera y demostró que en Estados Unidos una película hablada en español no es una película en un idioma extranjero; se convirtió en una película para el gran público, con todas las principales cadenas de cines queriéndola proyectar” (Miller, 2006).

Las más recientes producciones de los cineastas mexicanos Alejandro González Iñárritu, Alfonso Cuarón y Guillermo del Toro, “los tres compadres” de lo que se ha dado en llamar “una nueva época del cine mexicano”, y su éxito entre el público no sólo mexicano, sino del hispano radicado en Estados Unidos y el propio estadounidense, hablan de una tendencia subproducto de la era neoliberal, y que puede ser resultado de un efecto colateral no previsto del TLCAN en la Unión Americana: el efec-

to de las “libres fuerzas del mercado” a favor de los productos y contenidos audiovisuales hispanos.

Es necesario reconocer, señalan Martínez *et al.* (2010), que si bien hoy en día es prometedora la industria cinematográfica en México, todavía enfrenta grandes desafíos que tienen que ver con: *a*) una difícil convivencia entre las producciones de capital extranjero y la inserción de la cinematografía mexicana en el mercado nacional e internacional; *b*) la concentración de los medios de distribución; *c*) la concentración de los medios de exhibición, y *d*) las limitaciones de financiamiento para esta actividad. La superación de estos retos puede ayudar a que el sector alcance un nivel de productividad más cercano a su potencial.

III. La industria cinematográfica mexicana en la economía política mundial

Hoy en día México se ubica dentro de los 20 países con mayor producción cinematográfica en el mundo y es uno de los de mayor producción en Iberoamérica. También se ubica entre los primeros cinco países con mayor asistencia a las salas de cine, en un contexto donde las películas de Hollywood dominan la exhibición.

Panorama de los flujos audiovisuales internacionales

En el mundo de hoy, la creciente circulación de libros, música, películas, artefactos y otros bienes y servicios culturales a través de las fronteras internacionales está mostrando que las industrias culturales y creativas están adquiriendo un papel muy importante en la economía mundial. Un análisis retrospectivo nos ayudará a contextualizar el presente.

Un análisis de los flujos comerciales internacionales de bienes y servicios culturales proporcionará algunos indicadores relevantes sobre la tendencia y distribución del comercio global y su comportamiento por país, para ilustrar comparativamente la situación entre naciones.

Según el reporte *International flows of selected cultural goods and services, 1994-2003*, publicado por la UNESCO en 2005, el comercio de los bienes culturales se duplicó de 39.3 billones de dólares en 1994 a 59.2 en 2002. Sin embargo, en 2002 este mercado estuvo restringido a un número limitado de países donde sus economías de alto ingreso son todavía las grandes productoras y consumidoras de bienes culturales.

A nivel región, la Unión Europea ocupaba la posición líder en la exportación de bienes culturales con 51.8% de los países reportados en 2002, un ligero descenso comparado con el 54.3% en 1994. Asia era la segunda exportadora con 20.6%, donde cabe destacar que Asia del Este duplicó su participación entre 1994 y 2002 hasta alcanzar 15.6%. Norteamérica fue la

tercera exportadora en 2002 con 16.9%, por debajo del 25% en 1994. Latinoamérica y el Caribe mejoraron su posición al incrementar en un punto su porcentaje entre 1994 y 2002, aunque su participación en el mercado es apenas de 3%. Oceanía y África no mostraron progreso en el periodo de estudio con menos de 1% de participación en el mercado en 2002.

A nivel país destaca la emergencia de China como el tercer gran exportador de bienes culturales en 2002, después del Reino Unido y los Estados Unidos de América. Aunque los países en desarrollo sólo participaron con 1% en el mercado de exportación de bienes culturales, el análisis ilustra el crecimiento en participación de un limitado número de países emergentes, como China y México. China, Alemania, Hungría, Japón y México fueron los cinco grandes exportadores con 60.6% del total de exportaciones en 2002. El principal mercado fue Estados Unidos de América, el cual por sí solo representó 42.3% de la demanda mundial, seguido de Francia, Alemania, Hong Kong y el Reino Unido. México fue el único país de Latinoamérica y el Caribe que apareció entre los principales 20 países importadores y exportadores de bienes culturales en 2003.

Estados Unidos fue el mayor importador de bienes culturales en 2002 con un valor de 15.2 billones de dólares, el doble que el Reino Unido con 7.8, el segundo importador. Alemania se colocó en tercer lugar con 4.1 billones de dólares. En conjunto, los bienes culturales representaron aproximadamente 1% del comercio total en 2002. Este porcentaje se mantuvo igual durante los años analizados.

La música grabada (31%), medios impresos (30%) y artes visuales (20%) guardaron su posición dominante en 2002 entre los flujos internacionales de bienes culturales. Los medios audiovisuales representaron sólo 14% del total del comercio de bienes culturales; los videojuegos predominaron por sobre los bienes fotográficos y cinematográficos en segundo lugar. El continuo crecimiento de la proporción representada por los videojuegos que se incrementó de 80% en 1994 a 88% en 2002, reduce los otros medios audiovisuales a una participación simbólica.

En 2002 el comercio de bienes generados por los medios audiovisuales representó 14.3% del total del comercio de bienes culturales. Aunque este porcentaje es todavía bajo en comparación con el de la música grabada, artes visuales o libros, los medios audiovisuales fueron la única ca-

tegoría que tuvo un relativo crecimiento durante el periodo que se analiza. La rápida expansión de los flujos comerciales estuvo acompañada por cambios en la estructura de intercambios internacionales, especialmente en la oferta, pero también en la demanda. Las economías de bajo y medio ingreso registraron incrementos en sus exportaciones a una tasa anual promedio de 36.1 y 35.8%, respectivamente, mientras que las economías de alto ingreso registraron una tasa moderada de 13.4% entre 1994 y 2002. Los medios audiovisuales vienen a ser la categoría individual por la que los países en desarrollo y países en transición sostienen 50% de las exportaciones. En gran parte, el crecimiento acelerado de las tasas del comercio de medios audiovisuales entre 1994 y 2002 fue debido a la actuación de China, cuyos videojuegos representaron 99% de sus exportaciones audiovisuales. Durante este periodo, China demostró una ventaja comparativa en la producción de videojuegos que le permitió incrementar sus exportaciones a una tasa promedio anual de 38.6%. Consecuentemente, en 2002 China consolidó su posición como exportador líder con 28.2% del mercado mundial y 2.3 billones de dólares en valor de exportación, muy por encima de los 1.2 billones de Japón, el segundo gran exportador. Un análisis que excluya los videojuegos y considere sólo las películas fotográficas y cinematográficas daría resultados totalmente diferentes. En este escenario, China no sería el mayor exportador y la India vendría a ser uno de los principales exportadores. Cuando los videojuegos son excluidos, la participación de las exportaciones de Asia del Este desciende de 50 a 30 por ciento.

Con 877 películas producidas en 2003, la India mantuvo su posición de liderazgo como el principal productor de películas en el mundo, seguido por los Estados Unidos de América. Además, la producción filmica hindú está captando progresivamente a las audiencias extranjeras. La experiencia de atender a una demanda doméstica masiva ha permitido a la industria filmica hindú expandir su capacidad competitiva considerablemente. Algunas de estas películas han empezado a captar 25-30% de sus ganancias de las exportaciones. De los 990 millones de dólares obtenidos por el sector filmico hindú en 2004, las ganancias provenientes del extranjero alcanzaron los 220 millones de dólares. Un factor importante en este impresionante desarrollo es que las compañías hindúes están te-

niendo éxito en atraer a las audiencias internacionales a los cines, entre ellas a las comunidades de los Estados Unidos, el Reino Unido y el Medio Oriente. Esta estrategia incluye también la expansión a los países vecinos de Japón y China.

Varios elementos son necesarios para ilustrar una lectura comprensiva de los flujos internacionales de películas. El primero es el tamaño en conjunto del sector. En 2003 la industria filmica vendió cerca de 72.5 billones de boletos en 145598 salas de cine alrededor del mundo y generó 21.8 billones de dólares de ingresos. La explotación secundaria de las películas en la forma de diferentes tipos de licencias, videos y DVD generaron ingresos por 55 billones de dólares, proporcionando un valor total de mercado cercano a los 75 billones. El segundo elemento es la producción de películas. África, como un todo, ha producido solamente 600 películas al 2003, lo que contrasta con la producción en promedio de Estados Unidos de 400 películas y de la India de 700 películas por año.

Finalmente, más de un tercio de los países del mundo no tienen producción filmica. Un tercer elemento es la penetración de películas extranjeras en los mercados nacionales. Existe una gran penetración de las películas estadounidenses en la mayoría de los países europeos, a pesar de la legislación europea que protege sus propias producciones. La proporción de las películas estadounidenses fue mayor a 50% en promedio entre 2000 y 2002 para la mayoría de los países comparado con la proporción marginal de películas provenientes de fuera de Europa o de Estados Unidos. Francia fue la excepción, donde la producción nacional tiene un alto porcentaje (40%) de estrenos nacionales comparado con las películas estadounidenses (33%) para el mismo periodo.

En conclusión, en el reporte de la UNESCO, al 2005 se observa la emergencia de algunos países, como China y México, como oferentes de productos culturales en un limitado rango de áreas, pero cuyos niveles de ingresos están todavía atrás de aquéllos de los países más desarrollados. El mismo escenario es el de las importaciones, donde la mayor demanda de bienes culturales está también restringida a los países de más altos ingresos como Estados Unidos de América y Alemania. El fenómeno de la piratería, el cual no es considerado en el reporte, tiene también un impacto en el intercambio de productos culturales. Sin embargo, puede ser útil

considerarlo si se estudian patrones de consumo, así como otros aspectos contextuales como locación, lenguaje, población, tradiciones socioculturales, entre otros.

En el informe *Creative Economy 2008* de la Organización de las Naciones Unidas, México fue citado como uno de los 20 principales exportadores en el mercado global de productos creativos, alcanzando inclusive el sexto lugar entre los países en desarrollo. De hecho, México es el único país latinoamericano entre los primeros 20 a nivel mundial.

En un reporte más reciente, *Diversity and the film industry: an analysis of the 2014 UIS Survey on Feature Film Statistics* (UNESCO, 2016), se señala que en el periodo comprendido de 2005 a 2013 la producción de películas se incrementó globalmente a un récord de 7610 filmes en un total de 86 países, un incremento de 1.8% con respecto a 2012.

La producción filmica a nivel mundial se ha incrementado 64% desde 2005. En los últimos nueve años los cinco países con más alta producción se han mantenido de manera consistente, liderados principalmente por la India, compartiendo grados de predominio China, la India, Japón, Estados Unidos y, alternativamente, el Reino Unido y Francia.

En el periodo 2012-2013, la India, con una población de más de 1.25 billones, produjo 1602 películas en 2012, y 1724 en 2013, lo que representa un crecimiento de 7.6% al año. Esto confirma, también, el liderazgo de ese país en el mercado cinematográfico mundial, al reportar un crecimiento de 66% durante el periodo 2005-2013.

También en 2012, el segundo lugar lo ocupó China con 745 películas, sin embargo, en 2013 decreció a 638; Estados Unidos produjo 738 en cada uno de los dos años, ocupando el tercer lugar en 2012 y el segundo en 2013. Los otros países que produjeron más de 200 películas por año fueron: Japón, el Reino Unido, Francia, Alemania, España y la República de Corea. México todavía no alcanza ese tamaño de producción, sin embargo se encuentra entre los 20 países con producción arriba de 100 películas por año, junto a Brasil y Argentina, entre las naciones latinoamericanas.

En 2012 y 2013 los países que lideraron en número de coproducciones fueron Francia, Estados Unidos, el Reino Unido, Alemania y España. Las

coproducciones internacionales que involucran a compañías de dos o más países que financian y producen películas se consideran como un puente para la diversidad de las expresiones culturales, ya que permiten el intercambio de recursos humanos, tanto técnicos como artísticos, y facilitan la circulación de los filmes entre dos o más mercados cinematográficos.

Ahora bien, con la excepción de Estados Unidos, cuyas películas se distribuyen y exhiben en los cinco continentes, la producción de los otros países tiene una circulación geográficamente más restringida.

Estados Unidos domina y controla la distribución desde hace décadas a nivel mundial. Sus *majors* de la distribución, Buena Vista (filial de Walt Disney), Sony Pictures, Twentieth Century Fox, Universal Pictures, Warner Brothers y Paramount Pictures, distribuyen y promueven las películas más exitosas en regiones como América Latina y Europa del Este, operando, además, en mercados foráneos en detrimento de las producciones locales y los distribuidores independientes, lo cual tiene un impacto negativo en la diversidad fílmica que los mercados pueden ofrecer a sus públicos. Incluso, algunas películas locales no tienen acceso a las salas de cine de su lugar de origen para su exhibición.

En otras estadísticas no incluidas en el informe anterior de 2013, que incluye a 44 países de los cinco continentes, la UNESCO reporta que salvo en siete de ellos, el origen de la mayoría de las películas exhibidas fue de Estados Unidos. Entre los siete que dieron mayor exhibición a sus películas nacionales destacan Japón con 60.6%, Corea del Sur con 59.6%, Marruecos con 40.3%, Azerbaijón con 38.2% (para películas de origen turco) y Senegal con 22.2 por ciento.

En otro aspecto, en 2013 los 10 principales países consumidores de películas recolectaron 26.9 billones de dólares, un incremento de 4.7% con respecto al año anterior, 2012, representando casi 75% de los espectadores cinematográficos de todo el mundo. El binomio Estados Unidos/Canadá es el principal consumidor, seguido de China, cuyo número de espectadores ha mostrado un significativo crecimiento en los últimos años; le siguen Japón, el Reino Unido, Francia, la India, República de Corea, Federación Rusa, Alemania y Australia (UNESCO, 2016).

Conviene aclarar que los 10 principales países que representaron los mayores ingresos en taquilla no son necesariamente los mismos que ven-

dieron el mayor número de boletos. Aunque la India vendió el mayor número de boletos, 2.6 billones, su bajo precio hace que no sea el país con mayor ingreso en taquilla. Mientras que en la India el precio promedio por boleto es de 0.81 dólares, en Estados Unidos es de 8.13 dólares. Aun así, Estados Unidos fue el segundo país con mayor número de boletos vendidos en taquilla, 1.4 billones, seguido de China, 470 millones, y Japón, 155.1 millones.

Ni qué decir de las películas más exitosas, éstas provienen en su mayoría de los Estados Unidos y están producidas en inglés. El cine no sólo es negocio y entretenimiento, es también ideología, y ésta se apropia mejor en su propio idioma.

La industria cinematográfica en el mercado latinoamericano

Actualmente, es en la infraestructura de exhibición cinematográfica donde México destaca más en el mercado latinoamericano. En América Latina, Argentina, Brasil y México son los productores y mercados de comercialización de cine más importantes. De hecho, en 2008 México fue el principal mercado de cine en la región, al recaudar 662 millones de dólares, seguido de Brasil con 395 millones y Venezuela con 128 millones. Ese mismo año México tuvo el mayor número de espectadores, 178 millones. Las producciones extranjeras, en particular las de Estados Unidos, dominan la exhibición de películas en América Latina; la exhibición de películas nacionales representó menos de 12% en todos los países de la región.

En un estudio comparativo del sistema de exhibición entre los países que conforman la Unasur, Diego Rossi (2016) hace un análisis del quinquenio 2010-2014 de la evolución del porcentaje de incremento en las salas de cine, de taquilla y de asistencia del público. Tomando sus datos hicimos un cuadro comparativo con México:

El cuadro 1 nos muestra que México, por mucho, cuenta con el mayor número de salas de los países considerados; en 2014 se ubicó en el segundo lugar en asistencia por sala de cine, después de Paraguay, un caso interesante el de este país, dado el reducido número de salas de cine con las que cuenta.

CUADRO 1. *Comparativo entre países latinoamericanos, 2014*

País	Pantallas	Asistencia*	Proporción de asistencia por sala de cine*
México	5678	240	34
Argentina	867	45.6	19
Bolivia	76	3.7	21
Brasil	2833	155.6	19
Chile	350	22	16
Colombia	879	46.9	19
Ecuador	300	14.5	21
Paraguay	44	1.1	40
Perú	475	37.1	13
Uruguay	46	s/d	s/d
Venezuela	461	29.8	16

FUENTES: Rossi (2016), Anuario IMCINE 2015.

* Millones de espectadores

En otro indicador, y de acuerdo con datos de la Cámara Nacional de la Industria Cinematográfica y del Videograma (Canacine), en México la asistencia per cápita en 2013 fue mucho mayor que en otros países de Latinoamérica y algunos de Europa, por ejemplo: Alemania 1.7, Italia 1.5, Chile 1.2, Perú y Argentina 1.1, Colombia 0.9 y Brasil 0.8. En México fue de 2.

El otro indicador, y complementando un cuadro comparativo entre varios países latinoamericanos que realizó Roque González (2015) con estadísticas de 2013, agregamos los datos de México y vemos que ese año fue el país con mayor número de espectadores por estreno nacional:

El caso de Argentina es parecido al de México; ese país también hizo modificaciones a sus leyes en 1994, destinó fondos que incrementaron la producción y cantidad de largometrajes realizados, pero la porción de mercado para los filmes nacionales no creció en igual proporción. Al igual que en México, la distribución y exhibición no recibieron apoyo del

CUADRO 2. *Espectadores por estreno nacional, 2013*

País	Espectadores de películas nacionales	Estrenos nacionales	Espectadores por estreno nacional
México	30.100,000	101	298020
Perú	4.100,000	15	273333
Brasil	27.800,000	127	218898
Venezuela	2.421,000	17	142412
Colombia	2.170,000	17	127647
Chile	1.630,000	27	60370
Argentina	6.930,000	132	52500
Uruguay	52,000	11	4727

FUENTE: González (2015), Anuario IMCINE 2015.

gobierno argentino y las disposiciones del “canon de la copia extranjera”, es decir, una norma que establecía un primer nivel de entre 1 y 40 copias que debían pagar una cuota (canon) de 300 entradas de cine; en este rango se estrenan las tres cuartas partes de películas en Argentina, y virtualmente todos los títulos extranjeros que no provienen de Hollywood. El nivel mayor corresponde a los estrenos extranjeros con 161 copias o más, que deben abonar el valor de 12000 entradas de cine.

Era de preverse que con los años esta medida no beneficiaría a los pequeños y medianos estrenos, sino a las grandes películas de Hollywood.

La otra medida fue la de “dólar que se importa, dólar que se exporta”, impuesta a las *majors*, pero que tampoco benefició al cine argentino ni a las distribuidoras nacionales, afectando también la diversidad de la cartelera cinematográfica y profundizando la concentración de las *majors* hollywoodenses (González, 2015).

Recapitulando lo anterior, hay que señalar que en México las salas de cine continúan siendo uno de los principales contactos que tiene el público mexicano con un filme, pese a la competencia que representan las tecnologías de la información y comunicación. Desafortunadamente, las trabas a la exhibición de películas nacionales representan el gran reto

del cine mexicano, reto que también comparte con la cinematografía latinoamericana, canadiense y europea.

En el contexto europeo, un estudio comparativo de Christian Grece (2016), realizado para el periodo comprendido entre 2005 y 2014, nos muestra algunos datos interesantes que nos hablan de la diferencia en la circulación de las películas europeas en contraste con las estadounidenses, esto debido también al control oligopólico que las distribuidoras transnacionales tienen sobre la exhibición: mientras que las películas europeas estuvieron presentes en 2.8 países, las estadounidenses lo hicieron en 6.8; en cuanto a la exhibición en las salas de cine, las películas europeas producidas fueron estrenadas, en promedio, en 2.6 países, mientras que las estadounidenses se estrenaron en 9.7 países.

SEGUNDA PARTE

IV. La entrada al TLCAN como estrategia de globalización

El TLCAN no es el primer acuerdo de integración suscrito por México en América en lo que se refiere a la cinematografía. Según Getino (2007), las tentativas de integración de las cinematografías latinoamericanas han estado presentes en otros acuerdos y declaraciones, los que se remontan a 1931, durante la celebración del Congreso Hispanoamericano en Madrid ese año y donde se trató de llegar a un entendimiento entre las industrias más desarrolladas de este sector. Luego hubo otros, pero transcurrió más de medio siglo para que los organismos oficiales de las cinematografías iberoamericanas suscribieran en Caracas, en 1989, los acuerdos de integración, coproducción y de mercado común y de creación de la CAACI, ratificados posteriormente por los congresos nacionales de más de una decena de países de Iberoamérica.

Cinco años después, en 1994, entró en vigor el TLCAN entre México, Estados Unidos y Canadá, dentro del cual aparecía el tema de la producción y los servicios cinematográficos y audiovisuales. El mismo Getino señala, refiriéndose a México, que “los resultados del mismo no se hicieron esperar y las apetencias pragmáticas del *establishment* político y económico mexicano fueron literalmente nefastas para la cinematografía de ese país” (Getino, 2007, p. 177).

Otro TLC fue el suscrito tiempo después entre Chile y Estados Unidos, aunque en este caso el gobierno chileno estableció una “reserva cultural” con el fin de proteger sus industrias culturales.

Posteriormente, en 2004, los organismos cinematográficos de los países que integraron el Mercosur procedieron a crear la Reunión Especializada de Autoridades Cinematográficas y Audiovisuales del Mercosur y Países Asociados (Recam), para con ello poner en marcha una serie de actividades para el desarrollo conjunto y la integración cinematográfica regional.

En el caso de México, la firma del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN o NAFTA) fue la respuesta, en su momen-

to, para que el país se integrara al fenómeno de la globalización de los mercados que se intensificó en la década de 1990 a nivel mundial, pero que dejó a la industria cinematográfica sin la protección estatal y sujeta a “las libres fuerzas del mercado”.

Este fenómeno de la globalización, nos decía Casas (2000), requería de distintos niveles de análisis para ser abordado: uno el de la globalización económica y de la fuerza de integración de los mercados, y otro el de la globalización cultural. Sin embargo, y no obstante sus distinciones, el fenómeno se entrecruza en distintas arenas: la económica, la política y la cultural, lo cual nos hace ver que nos encontramos ante un nuevo orden internacional. La geopolítica y los equilibrios estratégicos se recomponen para dar lugar a bloques, dejando atrás el concepto de las naciones aisladas. Las nuevas configuraciones, Europa, el Pacífico oriental, América del Norte y luego América del Sur se estructuraron en un nuevo orden político, económico y cultural.

Los diferentes sistemas productivos y de servicios que se podían analizar en el interior de una estructura nacional ahora tienen que revisarse bajo la compleja óptica de la transnacionalización/globalización.

En palabras de Martín-Barbero,

transnacionalización significa no la mera sofisticación del viejo imperialismo, sino una fase nueva en el desarrollo del capitalismo que se caracteriza no tanto por la imposición de un modelo económico, sino por la internacionalización de un modelo político con el que hacer frente a la crisis de hegemonía (Martín-Barbero citado en Casas, 2000, p. 26).

En otras palabras, esta nueva fase transnacional, en su naturaleza política, representa una ruptura que las fronteras nacionales ofrecían antes a la concentración capitalista, alterando la naturaleza y las funciones de los estados-nación al disminuir su capacidad de autodeterminación de su propia economía y desarrollo histórico.

Para México, Estados Unidos representa algo más que el vecino poderoso frente al cual hemos tenido relaciones ambivalentes y diversas a través del tiempo, nuestra relación con el país vecino del norte ha sido siempre mucho más complicada de lo que parece y ha revestido diversas

facetas, la más evidente es la relación asimétrica. En su momento, el ex presidente Carlos Salinas de Gortari, artífice del TLCAN, dijo: *We want trade, not aid* (citado por Casas, 2000). Sin embargo, la nueva relación que trajo consigo el TLCAN entre México y Estados Unidos se sustentó sobre una base distinta: en el fondo del acercamiento prevalecía una condición de dependencia en la conveniencia.

Para Estados Unidos, México representaba, y representa todavía, una pieza importante en el mantenimiento de su hegemonía continental; para México, el cambio en las relaciones internacionales y la alianza en bloques lo obligaban a unirse con quien constituía (y todavía lo constituye) su socio comercial más cercano, y en este sentido con el resto del bloque norteamericano, Canadá.

Esto no representa exclusivamente los resultados del trabajo del sexenio de Salinas de Gortari. Luego de pasar por una serie de crisis económicas, producto de sexenios presidenciales anteriores, el ex presidente Salinas optó por una estabilidad política basada en el crecimiento económico, lo que aceleró la dinámica de la integración económica con un bloque entre los tres países de Norteamérica.

A Estados Unidos en particular le interesaba iniciar y estabilizar una política modernizadora basada en el principio de la liberalización económica de su país vecino del sur, lo que vendría a romper con el principio proteccionista o del Estado interventor. Bajo esta perspectiva, la noción de dependencia o de integración económica es cambiada por la de interdependencia, lo cual deja de verse como un signo de debilidad para convertirse en una fortaleza, la fortaleza que hace posible una negociación asimétrica, en el caso de los países menos desarrollados, entre economías disímboles, como es el caso de Estados Unidos y México.

Con el tiempo, México se dio cuenta de que los beneficios de esta integración económica no llegaron a todos los sectores productivos ni a todos los niveles sociales; todavía no se logran equilibrar las agudas diferencias entre los rezagos de la modernización política y social y los avances de la modernización económica que trajo consigo el Tratado.

Los tres países firmantes del TLCAN, México, Estados Unidos y Canadá, confirmaron su compromiso de promover el empleo y el crecimiento económico de la región, mediante la expansión del comercio y las opor-

tunidades de inversión. Esto permitiría aumentar la competitividad de las empresas mexicanas, estadounidenses y canadienses, pero al cabo de más de dos décadas de haberse firmado el acuerdo lo que se ha visto es que no ha mejorado el bienestar de las mayorías, no ha disminuido la emigración de mexicanos a los Estados Unidos y no ha mejorado la amistad entre los pueblos mexicano y estadounidense. En su momento, la postura de México ante la guerra contra Irak pospuso la agenda bilateral con Estados Unidos de manera indefinida; dos décadas después es la postura del presidente electo estadounidense, Donald Trump, de querer eliminar el TLCAN, al cual achaca los problemas de la inmigración, inseguridad y desempleo en su país, lo que hace dudar si estos países seguirán colaborando o no bajo este acuerdo.

Parecía que la relación bilateral con Estados Unidos había mejorado y nuestro país se encontraba en una situación más favorable hasta antes del triunfo de Trump; habrá que ver cómo se desarrolla más adelante.

Lo que sí quedó escrito en la historia económica y política del país fue que la decisión de firmar un Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos y Canadá fue la respuesta mexicana frente a la globalización de los mercados de bienes y servicios que se empezó a sentir, de manera más aguda, a partir de la década de 1990. En la práctica constituyó el resultado de un proceso de liberación comercial, desregulaciones y privatizaciones que se había iniciado años antes y que requería de un entendimiento básico con nuestro poderoso vecino y socio mayoritario de América del Norte, Estados Unidos.

La implicación más seria del TLCAN es que se llegó a convertir en nuestra respuesta básica a la globalización, proporcionando la gran oportunidad de acceder al mercado estadounidense de forma preferencial y de hacernos atractivos a la inversión extranjera, pero al mismo tiempo con el gran desafío de habernos insertado en un entorno de libre mercado asimétrico y competir, de la noche a la mañana, con países y empresas poderosos, sin apoyos de transición que sí operaron en otros contextos como el europeo.

Aquí conviene aclarar la diferencia entre un mercado común, como el europeo, y un Tratado de libre comercio. El primero es la unificación de las políticas comerciales internas de varios países, lo cual, en un sentido

amplio, es una forma de establecer reglas comunes de competencia, pero implica la armonización de políticas monetarias, fiscales, sociales, laborales, industriales y de subsidio, entre otras. El segundo, en cambio, propicia una organización sistemática, con fuerte tendencia hacia la liberalización, de los intercambios comerciales entre las partes. Normalmente se aplica a los productos originarios de los países involucrados y no tiende a regular la circulación de mercancías de terceras partes. Por lo general se refiere a mercancías, pero puede incluir disposiciones relativas a otros aspectos, como lo fue el TLCAN.

Para Sánchez Ruiz (2012, p. 294):

El TLCAN fue el corolario de un proceso que había iniciado el decenio anterior a su firma con la implantación de la política económica llamada “neoliberal”, consistente en una acelerada reducción del aparato de gobierno (y sus intervenciones en la economía), la también apresurada privatización de empresas estatales y paraestatales de gobierno, la liberalización y desregulación de múltiples sectores económicos y la apertura comercial acelerada con el exterior, entre otras medidas.

Entre los beneficios que trajo el Tratado a México fueron que se incrementaron las exportaciones y la inversión extranjera, pero no se ha aprovechado mejor el marco que ofrece para impulsar el mercado interno y la inversión correspondiente para su fomento.

En cuanto a las industrias culturales (cine, radio, prensa, televisión y las telecomunicaciones), tres ejes atravesaron el conjunto de modificaciones que experimentó el sector: en lo jurídico se inició un proceso de desregulación que tenía como fin propiciar el libre juego del mercado, en lo económico se reestructuraron los sistemas de propiedad y en los contenidos se acentuó la subordinación de la cultura a su rentabilidad como negocio (Crovi, 1999).

En relación con la integración de las industrias culturales a la dinámica de la globalización, en lo referente a la industria fílmica mexicana, al principio de la negociación trilateral Canadá apuntó a que se oponía a incluir sus industrias culturales en las negociaciones del TLCAN, ya que dicha área era considerada “una parte vital de la conservación de su iden-

tividad cultural”. Estados Unidos indicó que “si Canadá insiste en la exclusión de las industrias culturales, entonces debería modificarse el Tratado tripartita y firmarse un acuerdo sólo con México”, mientras que por México el entonces secretario de Comercio y Fomento Industrial y jefe del equipo negociador mexicano, Jaime Serra Puche, puntualizó en una controvertida declaración que “respecto de la cultura, es un asunto que no es tan relevante para México” (citado por Casas, 2000, p. 51).

En el transcurso de la negociación, y gracias a la intervención de Canadá, es que se logra especificar en el TLCAN el concepto de industria cultural para referirse a aquellas actividades que involucren “la publicación, distribución, venta o exhibición de grabaciones de películas o video o audio incluida la música impresa”, además de otras relativas a los demás medios de comunicación (prensa, radio, televisión, transmisión por cable, servicios de programación por satélite y redes de transmisión), pero esta aclaración sólo aparece en uno de los anexos técnicos del cuerpo del Tratado.

Al final, los canadienses mantuvieron su posición de respeto a sus industrias culturales conseguida de antemano en una primera ronda bilateral que habían celebrado con Estados Unidos en 1989, mientras que México ni siquiera obtuvo (ni discutió) un reconocimiento particular a sus industrias culturales, sólo dentro de las disposiciones generales del acuerdo que establecen la delimitación clara a la no competencia desleal, en especial en el área de la propiedad intelectual y dentro del sector de las comunicaciones.

Los estadounidenses se encontraban especialmente interesados en invertir en el sector de las comunicaciones en México, en particular en los medios audiovisuales. Para ello, las autoridades mexicanas allanaron el camino a sus colegas extranjeros adaptando la legislación cinematográfica, la de inversión extranjera y la de telecomunicaciones. Estas modificaciones, que se realizaron casi al mismo tiempo que la entrada del TLCAN, pasaron inadvertidas en su momento, pero sus repercusiones impactan, todavía, en la economía de esta industria.

Como se mencionó, paralelo a la firma del TLCAN se realizó una serie de modificaciones al marco legal en el que operaban las industrias culturales para preparar el terreno a las privatizaciones, fusiones e inversiones

de capital extranjero que habrían de venir según lo establecido en el Tratado.

Delia Crovi (1999) señaló que dentro del proceso de desregulación se distinguieron dos tipos de acciones: las que tienen que ver con los medios tradicionales (radio, cine, televisión y prensa) y las que corresponden al sector de las telecomunicaciones, que involucraban a las tecnologías emergentes de entonces. Entre las primeras se ubicaron cambios a la legislación orientados a liberar ciertos candados existentes que, por ejemplo, impedían algunas alianzas oligopólicas, fijaban porcentajes de contenidos nacionales y extranjeros, o limitaban el manejo de varios medios en una sola empresa. Las segundas, en cambio, fueron realizadas en otras condiciones debido a que se trataba de un sector nuevo, escasamente regulado.

Los cambios efectuados a la legislación vigente fueron sustantivos en lo referente a la desregularización para facilitar la competencia comercial. Entre ellos destacan las modificaciones a la Ley de Inversiones Extranjeras, de Derechos de Autor, una nueva Ley de Cinematografía (que derogaba la anterior), el Reglamento de la Televisión por Cable y una nueva Ley de Telecomunicaciones.

En la reforma efectuada en 2014 se fusionaron la Ley de Radio y Televisión y la de Telecomunicaciones en una nueva Ley Federal de Telecomunicaciones que incluye la televisión restringida o por cable, y los derechos de los usuarios de la telefonía móvil.

En cuanto a la industria cinematográfica, el 29 de diciembre de 1992 (a 12 días de la firma del TLCAN) se aprobó una nueva Ley Federal de Cinematografía que derogaba la de 1949, donde se eliminaban las medidas proteccionistas que hasta entonces tenía la industria del cine nacional. Esta ley ha tenido varias reformas y adiciones que se han integrado a la vigente en 2015, pero que no han favorecido sustancialmente a esta industria.

El reglamento de esta nueva ley fue aprobado en marzo de 2001, y en él se estipula que, de acuerdo con la nueva ley, se elimina 50% de exhibición en pantalla para las películas mexicanas que la ley de 1949 establecía, y a partir de 1993 se debía ir reduciendo hasta quedar en 10% en 1997.

Aunado a ello, con la nueva ley también se liberó el precio del boleto en taquilla, bajo el supuesto de incentivar nuevas inversiones, generar

innovación y un entorno favorable de calidad y diversidad, cuando anteriormente formaba parte de la canasta básica del consumidor.

La liberación de precios promovida por la nueva ley fue lo que ocasionó, en parte, que las clases populares se alejaran de las salas de cine; al no contar con asistentes, las salas comerciales empezaron a decaer y con ello dejar el negocio de la exhibición a los propietarios de los grandes complejos; las salas pequeñas fueron desapareciendo, algunas todavía lucen abandonadas, y las más fueron demolidas para dar paso a la urbanización de la modernidad y los complejos multisalas.

Con ello se aceleró un proceso que inició durante el sexenio de Carlos Salinas de Gortari, paralelamente a la firma del TLCAN, con la venta a particulares de las productoras, distribuidoras y exhibidoras que tenía el Estado. De este modo, la industria del cine nacional se quedó sin la protección estatal.

Una de las consecuencias más visibles del TLCAN en el sector de las industrias culturales fue en su estructura económica. Todos los cambios legislativos que funcionaron más como desregulaciones del sector repercutieron en su base económica al estimular la inversión de capitales extranjeros, pero también propiciaron una alta concentración de las industrias culturales derivado de las privatizaciones promovidas por el Estado y de las alianzas o fusiones que se dieron entre las empresas, cuyo propósito fue extender su cobertura, ampliar su mercado y ganar audiencias y espectadores.

Paradójicamente, en el documento firmado del TLCAN quedó asentado en el Anexo I de la Lista de México que “el treinta por ciento del tiempo anual en pantalla en cada sala, puede ser reservado a las películas producidas por personas mexicanas dentro o fuera del territorio de México”, lo cual no es congruente con sólo el 10% concedido en la propia Ley Federal de Cinematografía.

Con el tiempo se fueron consolidando tres tendencias en la industria cinematográfica durante la primera década de entrada del TLCAN: 1) un proceso de contracción, en particular de la producción nacional; 2) concentración en pocas empresas tanto de la producción como de la distribución y exhibición, y 3) una acelerada transnacionalización, cada vez más articulada al mercado mundial dominado a su vez por Estados Unidos (Sánchez Ruiz, 1998).

Desafortunadamente el TLCAN arrancó sin que México estableciera las condiciones internas para una participación competitiva, al menos en el sector cinematográfico. Pasados los primeros años posteriores al TLCAN, los empresarios ya no vieron rentable su inversión en las productoras y las empezaron a cerrar.

Así las condiciones, en la primera década de entrada en vigor del TLCAN se redujo de manera drástica la producción de películas nacionales, su exhibición casi desapareció de las salas comerciales y el público dejó de ir al cine al incrementarse el precio del boleto en taquilla.

V. La crisis: el cine mexicano *posterior al* TLCAN

¿Cómo se encontraba la industria cinematográfica en México antes del TLCAN?

El TLCAN se firmó en 1992 y entró en vigor en 1994. En 1989, tres años antes de la firma del Tratado, las películas mexicanas producidas fueron 92, de las cuales se estrenaron 81, cuando en 1958 se produjeron 135, en 1964 fueron 114 y en 1980, 107, es decir, parece que nos iba mejor antes del TLCAN, aunque en los años intermedios la historia es de altas y bajas. Si bien nuestro cine tuvo una gran crisis en la década de 1990, a partir de 2000 se está viendo una promisoriosa recuperación.

Por otro lado, hasta 1992 tuvimos una Ley Federal de Cinematografía vigente desde 1949 que establecía que 50% de las pantallas de las salas de cine debían exhibir películas nacionales, que si bien no cubrían la cuota de pantalla ni satisfacían del todo las exigencias del público, éste iba a verlas, además de que todavía a principios de la década de 1990 el precio del boleto en taquilla era regulado por el Estado como parte de la canasta básica, todo lo cual funcionaba como una protección estatal para nuestro cine.

Fue a partir de 1990 cuando comenzó a declinar la producción debido a que las políticas económicas neoliberales (apertura de los mercados, desregulaciones y privatizaciones) empezaron a hacer sentir su efecto, aun cuando años antes de la entrada en vigor del TLCAN se empezaron a adoptar, al iniciar el Estado un programa de desmantelamiento de su participación en la protección de esta industria, de modo que 1997 fue el año más crítico con sólo nueve películas producidas.

No es propósito de este trabajo ahondar en la historia y evolución de la industria cinematográfica mexicana anterior al TLCAN, baste mencionar algunos aspectos para contextualizar cómo devino la debacle al firmarse el Tratado y entender su posterior mejoría.

La producción

Después de pasar por la llamada Época de Oro en la década de 1940-1950, varios factores contribuyeron a que la industria cinematográfica mexicana comenzara a decaer: el fin de la segunda Guerra Mundial que despertó de nuevo el auge del cine estadounidense, la llegada de la televisión, la obsolescencia de la infraestructura cinematográfica y la falta de recursos financieros para la producción, además del cierre de tres de los estudios de cine más importantes, Tepeyac, CLASA Films y Azteca. Esto generó una crisis en la industria y con ello quedó bajo el control del Estado (Maza, 2006).

En la década de 1970 el gobierno federal puso en marcha una serie de políticas de financiamiento y creación de infraestructura para incentivar la producción cinematográfica, con lo que se lograron grandes producciones, sin embargo, al final de esa década y principios de 1980 la industria fue desmantelada al empezar a retirarse el Estado como promotor, finalizando con la estrategia nacional que se había venido implementando desde 1940.

En 1983 se creó el Instituto Mexicano de Cinematografía (IMCINE) con el fin de impulsar nuevamente el cine nacional en todo su circuito productivo, pero luego, en 1993, el año posterior a la firma del TLCAN (1992), se liquidaron, fusionaron y vendieron diversas empresas paraestatales que apoyaban al cine mexicano, con lo cual devino la caída de la producción, tanto estatal como privada.

Esto trajo consigo una gran crisis en la década de 1990, siendo 1997 el año más crítico para la producción, ya que sólo se produjeron nueve películas.

El cuadro 3 muestra que de 1993 a 1997 la producción de películas mexicanas se desplomó drásticamente; en 1997 se realizaron sólo nueve películas, cuando en 1989 todavía hubo una buena producción, 92 largometrajes.

A partir de 1998 se comienza a ver un repunte, que si bien se fue dando de manera fluctuante, a partir de 2003 empezó a mostrar un crecimiento sostenido (como se verá más adelante). A pesar de lo anterior, México se ha mantenido en la categoría de productor mediano de acuerdo con los estándares de la UNESCO.

Con todo y que México ha venido recuperando la producción fílmica

CUADRO 3. *Producción de películas mexicanas, 1989-2000*

Año	Películas mexicanas producidas	Películas mexicanas estrenadas
1989	92	81
1990	75	74
1991	62	88
1992	58	69
1993	49	49
1994	28	54
1995	17	39
1996	16	20
1997	9	16
1998	11	8
1999	19	11
2000	28	16

FUENTE: Elaboración propia con información del IMCINE.

nacional, ésta no es proporcionalmente equivalente a la transferencia de regalías al extranjero por concepto de consumos y materiales audiovisuales provenientes de Estados Unidos, y la falta de equidad en la distribución de los ingresos no incentiva la inversión privada en esta industria, ya que, del ingreso en taquilla, el exhibidor se queda con 50-60% menos impuestos, el distribuidor con 30% correspondiente a la recuperación de gastos más comisión, y el productor recibe, en el mejor de los casos, 10%. Sólo tratándose de un éxito de taquilla este porcentaje podría representar una ganancia, pero difícilmente una película mexicana recupera su inversión con su exhibición exclusivamente en territorio mexicano. Estos números contrastan con lo que sucede en otros países como Estados Unidos, donde el productor se lleva en promedio 70% de los ingresos, una vez descontados los gastos de operación del exhibidor.

Estos dos problemas, reparto inequitativo de las ganancias y dificultades de recuperación en la inversión, han impedido que se consolide el

crecimiento de la producción. Los inversionistas o productores nacionales no quieren arriesgar su capital si no están seguros de recuperar su inversión, la cual, en el mejor de los casos, se obtiene luego de dos a tres años.

“Con el TLCAN se está obteniendo exactamente lo contrario a lo prometido por parte de los teóricos del neoliberalismo”, señalaba Víctor Ugalde en 1995, entonces secretario técnico del IMCINE, cuando apenas tenía un año de haber entrado en vigor el TLCAN. En otra declaración posterior, con motivo de la celebración de los 10 años de haber iniciado el TLCAN, señaló:

Una década después, se podría afirmar que por los efectos del TLCAN en la industria cinematográfica nacional, gran parte de los artistas y productores dedicados a la creación cinematográfica de nuestro país han pasado a engrosar las filas del desempleo y la pobreza. Con el Tratado se destruyó, en unos cuantos años, lo que tardó más de seis décadas en construirse: un cine fuerte con identidad propia (Ugalde, 2004, pp. 31-32).

En este tiempo, Estados Unidos vio crecer su producción de 459 largometrajes que realizaba a principios de la década de 1990, a 680 largometrajes en tiempos del TLCAN, logrando un crecimiento de 32.5% en el periodo. En cambio, los resultados en México fueron lo contrario. En 10 años, de 1994 a 2003, la producción de largometrajes se redujo de 747 películas que se realizaron en la década anterior a sólo 212. La caída fue superior a 71.62%. Esto trajo consigo desempleo con el consecuente cierre de empresas, la reducción del pago de impuestos, la subutilización de la capacidad industrial instalada, la caída de las exportaciones y el incremento en las importaciones de películas extranjeras. Se redujeron las posibilidades de expresión de los cineastas mexicanos y la comunicación con su público.

En 2002 sólo 9% de los mexicanos vio cintas nacionales en las salas de cine y 80.32% se formó sentimental e ideológicamente con películas de origen estadounidense. México fue entonces el quinto exportador de regalías por consumo de productos audiovisuales de Estados Unidos.

Las compañías de la iniciativa privada fueron las que más resintieron los efectos del TLCAN. El 90% de los productores en activo no alcanzaba

a recuperar lo invertido, sobre todo debido a que los distribuidores y exhibidores, de fuerte presencia transnacional, se quedaban con la mayor parte del ingreso en taquilla. En el periodo 1994-2003 la iniciativa privada nacional redujo su producción de 64 a 13 películas por año. Contrario a los supuestos enarbolados por los defensores del neoliberalismo en México, se necesitan más apoyos estatales para la coproducción con los inversionistas privados. En 2003, de las 29 cintas que se produjeron, 16 de ellas, 60%, necesitaron de apoyos gubernamentales para su realización.

Esta misma situación se presentó en varios países de América Latina, como en su momento lo señaló Octavio Getino:

Con la implementación del modelo económico neoliberal en la mayor parte de la región, la producción filmica se derrumbó en las principales industrias latinoamericanas entre finales de los 80 y mediados de los 90. Las medidas restrictivas aplicadas en México, Brasil y, en menor medida, en Argentina, redujeron la producción conjunta de estos tres países de alrededor de 200 títulos en 1985 (México y Brasil producían entre 80 y 90 largometrajes por año), a menos de 50 en 1995. Las políticas de Salinas de Gortari en México y de Collor de Melo en Brasil habrían contribuido directamente a ese desastre (Getino, 2007, p. 172).

La exhibición

En cuanto a la exhibición, y como se mencionó anteriormente, cuando se firmó el TLCAN en 1992, a las dos semanas se aprobó, por decreto presidencial, una nueva Ley Federal de Cinematografía que venía a sustituir la vigente desde 1949, en la que se estipulaba que 50% de las pantallas nacionales debían reservarse para exhibir las películas mexicanas. Con la nueva ley, a partir de 1993 se obligaba a las exhibidoras a reducir cada año el porcentaje de exhibición de películas mexicanas hasta quedar en 10% en 1997, con una semana mínimo de exhibición, con lo cual se puso en crisis la inversión y producción cinematográficas. Si bien la cuota de 50% de pantalla para las películas mexicanas no se cumplía del todo, la ley anterior al menos funcionaba como una protección estatal para la pro-

ducción y exhibición nacionales a la que se tenían que sujetar los distribuidores y exhibidores.

Precisamente una de las principales dificultades que ha tenido que enfrentar el cine nacional en las salas cinematográficas comerciales se encuentra en el control que las distribuidoras y exhibidoras transnacionales tienen sobre la exhibición, amparados por los cambios a la Ley Federal de Cinematografía que se aprobaron en 1992, en la cual se establece:

Artículo 19. Los exhibidores reservarán el diez por ciento del tiempo total de exhibición para la proyección de películas nacionales en sus respectivas salas cinematográficas, salvo lo dispuesto en los tratados internacionales en los cuales México no haya hecho reservas de tiempo de pantalla.

Toda película nacional se estrenará en salas por un periodo no inferior a una semana, dentro de los seis meses siguientes a la fecha en que sea inscrita en el Registro Público correspondiente, siempre que esté disponible en los términos que establezca el reglamento.

Artículo 20. Los precios por la exhibición pública serán fijados libremente. Su regulación es de carácter federal (Ley Federal de Cinematografía, 2010, p. 4).

Como se observa, dicha normativa no coadyuva a fomentar un crecimiento sostenible de esta industria.

Un estudio realizado a nivel local en 2001, como ejemplo para evaluar en primera instancia la cantidad de películas mexicanas exhibidas en las pantallas nacionales, tomando como muestra las salas de cine comercial de la ciudad de Monterrey, México, mostró los efectos de la implementación de la nueva legislación en la oferta cinematográfica.

Como se observa en el cuadro 4, el número de películas mexicanas exhibidas en 1992 y 1993 todavía eran significativas, 96 y 78, respectivamente. En los años siguientes fue decreciendo, mostrando un comportamiento fluctuante, pero no con números significativos.

Por otra parte, si bien vemos que la exhibición de películas provenientes de Estados Unidos fue decreciendo, el número de coproducciones se fue incrementando, coproducciones en las que participa mayoritariamente el país anglosajón. La disminución en la exhibición de películas

CUADRO 4. *Número de películas exhibidas por país de origen durante dos semanas compuestas, de 1992 a 2003*

País	1992	1993	2000	2001	2002	2003
México	96	78	21	15	17	20
EU	255	292	225	201	187	190
Canadá	0	0	1	1	1	0
Coproducc.	1	5	4	41	90	94
Otros países	101	38	64	37	29	40
Totales	453	413	315	295	324	344

Fuente: Elaboración propia con información de las carteleras cinematográficas del periódico *El Norte*.

de origen estadounidense a partir de 2002 podría dar lugar a pensar que su hegemonía habría disminuido, pero esto no fue así, ya que en su propio reacomodo a los movimientos económicos provocados por el proceso globalizador, este país ha puesto su estrategia, como otras naciones, en las coproducciones con otros países.

En el análisis de las coproducciones que se exhibieron de 2001 a 2003 se encontró que en la mayoría de ellas (más de 90%) Estados Unidos participaba como coproductor. Un dato interesante para el análisis en el contexto del TLCAN fue que de estas coproducciones muy pocas eran con México, siendo la mayoría con países como Canadá, Inglaterra, Francia, Alemania y otros países europeos y asiáticos.

El número de salas también disminuyó durante la primera década de entrada del TLCAN, pero luego fueron repuntando conforme los factores económicos se fueron acomodando.

En México, como en otros países latinoamericanos, la carencia de políticas estatales orientadas a la creación de una verdadera industria audiovisual, unida a la falta de empresarios dispuestos a invertir en la producción —salvo que el Estado los subsidiara—, llevó a los cineastas a cerrarse sobre sí mismos, buscando fuera de sus países lo que no conseguían en el propio, acentuando con ello su desvinculación de sus espacios propios y naturales (Getino, 2007).

Así, cineastas mexicanos reconocidos actualmente a nivel internacional, como Alejandro González Iñárritu, Guillermo del Toro y Alfonso Cuarón, han tenido que trabajar fuera de su país para lograr llevar a cabo sus proyectos cinematográficos, algunos de ellos totalmente fuera de su idiosincrasia y cultura nacional. Tal es el caso de la premiada con el Oscar estadounidense como mejor película, *Birdman* (2014), de González Iñárritu.

El consumo

Adicionalmente, como se mencionó, la reforma regulatoria afectó también el precio del boleto de cine, al liberarse éste desde 1992 y dejarlo a discreción de los dueños de las salas de exhibición, lo que perjudicó a la mayoría de la población mexicana que sobrevive con el salario mínimo y que dejó de ir al cine. Con esta liberación en los precios comenzaron a darse cambios significativos del precio promedio del boleto en taquilla por función. De formar parte de la canasta básica de consumo doméstico hasta 1990, con la liberación de precios hoy el costo del boleto se mueve en un rango de 35 a 150 pesos, dependiendo del sector urbano en el que se ubique el complejo cinematográfico, cuando el salario mínimo en 2016 rondaba en promedio los 80 pesos diarios. El salario mínimo en 1990 era de 10786 viejos pesos (luego vino una devaluación del peso en 1993 donde se le quitaron tres ceros al peso, quedando en el equivalente a 10 pesos).

De acuerdo con estimaciones hechas con datos del Banco de México y la Canacine, de 1990 a 1995 el precio del boleto en la Ciudad de México aumentó aproximadamente 26% (Amador, 2004, p. 21).

En cuanto al consumo cinematográfico, que se refleja en la asistencia a las salas de cine, todavía en 1990, cuando el número de salas era de 1896, se registraron 197 millones de espectadores, cuando la población era de 80.08 millones de habitantes, de acuerdo con las estadísticas del INEGI. Conforme fue avanzando la crisis, fueron cerrando las salas de cine por la disminución de la asistencia, así, en 1995, con 1495 salas, se registró una asistencia de sólo 62 millones.

Entre las causas de la caída de la asistencia se pueden señalar la crisis

CUADRO 5. *Películas mexicanas producidas, número de salas y número de espectadores, en México de 1993 a 2003*

Año	Películas mexicanas producidas	Salas	Millones de espectadores
1990	75	1896	197
1993	49	1415	103
1994	28	1434	82
1995	17	1495	62
1996	16	1639	80
1997	9	1642	95
1998	11	1760	104
1999	19	1979	120
2000	28	2117	130
2001	21	2579	139
2002	14	2823	152
2003	29	2860	137

FUENTE: Elaboración propia con información del IMCINE.

económica y de desempleo que afectó a la sociedad mexicana a mediados de la década de 1990, sobre todo a la clase media, que es el objetivo de las grandes exhibidoras, y el alza del precio del boleto que se liberó posteriormente a la firma del TLCAN, privando de esta forma de entretenimiento a los estratos sociales de menor poder adquisitivo, que son quienes prefieren las películas mexicanas.

La Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares de 2015 señala que los mexicanos gastan 14% de sus ingresos en actividades de esparcimiento, de las cuales la principal es el cine; el país ocupa el cuarto lugar a nivel mundial en asistencia al cine.

El precio promedio del boleto es el más bajo del continente y de los más bajos del mundo. El problema es que, al igual que esos precios, el salario también es de los más raquíticos; México ofrece a los trabajadores

los salarios más bajos de la región, catalogados incluso dentro del umbral de la pobreza extrema: en 2016, el salario mínimo era de 80 pesos, cuando la entrada al cine oscilaba entre 45 y 150 pesos. Precisamente estos salarios bajos representan uno de los principales atractivos para las empresas estadounidenses que invierten y emplean trabajadores mexicanos en nuestro país, aprovechando el acuerdo del TLCAN.

Si con este salario no se puede cubrir la canasta básica, ir al cine deja de ser una prioridad en una población donde actualmente 63.5 millones viven en pobreza, de acuerdo con sus ingresos.

Ante pocos incentivos a la producción, un control oligopólico de la distribución y exhibición, el alza en el precio del boleto en taquilla, ¿cómo se van a generar ingresos con una producción que luego no tiene cabida en las salas de cine?, ¿quién se va a arriesgar a producir cuando por ley una película mexicana sólo contará con 10% de pantalla compartida con otras producciones nacionales?, ¿cómo se va a incrementar la asistencia (consumo) a ver películas mexicanas si no hay exhibición (oferta) en las salas de cine y el precio es inaccesible para la mayoría de la población que vive del salario mínimo?

Durante el periodo de estudio se han realizado algunas encuestas en los cines de Monterrey, México. Después de la Ciudad de México, Monterrey y Guadalajara son las principales plazas de ingreso de taquilla. En el instrumento se les preguntaba por la frecuencia de asistencia a ver películas nacionales y su percepción sobre estas películas, encontrando que, a pesar de la escasez de oferta en los cines en este periodo (2001-2010), el público asistía a ver las pocas que se exhibían.

Las muestras eran en promedio de alrededor de 400-600 espectadores. A la pregunta de si habían asistido a ver películas mexicanas en los últimos tres meses, 56% respondió que sí en 2001; en 2002, 73.5%; en 2006, 51%; en 2008, 65%; en 2010, 53% (Hinojosa, 2012). En estos estudios se ha encontrado que el perfil del espectador de películas mexicanas es joven, de 18-25 años, soltero, profesionista o estudiando una profesión, y con trabajo.

Ir al cine sigue siendo un proceso ritual, aunque no sea muy frecuente para algunos sectores sociales, que quedan fuera por su escaso poder adquisitivo. En los ritos se perpetúan formas de relación que determinan

CUADRO 6. *Espectadores que vieron películas mexicanas en las salas de cine comercial de Monterrey, 2001-2010*

Vieron películas mexicanas en los últimos tres meses	2001	2002	2006	2007	2008	2009	2010
Sí	56%	73.5%	51%	57%	65%	43%	53%
No	44%	26.5%	49%	43%	35%	57%	47%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

FUENTE: Elaboración propia.

la cohesión entre grupos de personas. Algunos de los encuestados en este periodo comentaron que ir al cine formaba parte de sus rutinas de los miércoles, ya que ese día los exhibidores tienen promociones y ofrecen las entradas a un precio más bajo, por lo que grupos de estudiantes aprovechaban la promoción al terminar sus clases. Los padres de familia y algunas parejas comentaron que ir al cine era parte de su ritual sabatino o dominguero, antes o después de otras actividades, como ir a un restaurante o asistir a un oficio religioso. En resumen, ir al cine sigue siendo parte del entramado de consumo cultural y entretenimiento de los sectores sociales que pueden acceder y disfrutar de este producto cultural.

VI. Las transformaciones: una industria en recuperación

Como observamos en el capítulo anterior, la década de 1990 no fue buena para el cine mexicano. Sin embargo, otras fueron las condiciones que se empezaron a notar a finales de esa década y principios del siglo XXI, dejando atrás una severa crisis para mostrar una notable transformación.

El Instituto Mexicano de Cinematografía (IMCINE) se creó por decreto presidencial el 25 de marzo de 1983 como un organismo público descentralizado cuyas funciones son promover y coordinar la producción, distribución y exhibición de materiales cinematográficos, a través de las entidades que opera y demás instrumentos para el cumplimiento de sus programas. En febrero de 1989 el IMCINE pasó de depender de la Secretaría de Gobernación al Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA), dependiente a su vez de la Secretaría de Educación Pública (SEP). De estas dependencias gubernamentales se generaron algunos estímulos federales en apoyo a la cinematografía que impulsaron de nuevo su crecimiento.

Ante la profunda crisis de la industria que tocó fondo en 1997 (como se ha mencionado, ese año sólo se produjeron nueve películas), el gobierno de Ernesto Zedillo Ponce de León (sucesor de Carlos Salinas de Gortari) implementó dos estímulos para la producción: el Fondo para la Producción Cinematográfica de Calidad (Foprocine) en 1997, y el Fondo de Inversión y Estímulos al Cine (Fidecine) en 1999, el cual empezó a operar hasta 2001 con la publicación del reglamento de la Ley Federal de Cinematografía, apoyos que aun cuando la comunidad cinematográfica se dividió con algunos a favor y otros en contra, desde entonces han funcionado favoreciendo la producción.

Ya en este siglo, en 2006, el gobierno federal, a través de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP), sigue estimulando el crecimiento de la industria cinematográfica mediante la creación de otros beneficios fiscales como el que otorga el artículo 226 (artículo 189 a partir

de 2014) de la Ley del Impuesto sobre la Renta (LISR), permitiéndoles a los contribuyentes destinar hasta 10% del impuesto sobre la renta (ISR) causado en el ejercicio anterior, o máximo 20 millones de pesos a la producción cinematográfica en el país, lo que permite financiar hasta con 500 millones de pesos anuales los proyectos cinematográficos aprobados. Este estímulo ha permitido obtener financiamiento a más de 400 proyectos de producción y 50 más para su distribución, de acuerdo con cifras publicadas por la SHCP, lo cual funciona como una política de fomento.

Estos estímulos también han propiciado una transformación en el circuito productivo de las películas mexicanas, así, filmes como *Nosotros los Nobles* (Gary Alazraki, 2013), *No se aceptan devoluciones* (Eugenio Derbez, 2013) y *La Dictadura Perfecta* (Luis Estrada, 2014), financiadas en parte con estos estímulos, han demostrado ser un éxito de taquilla tanto a nivel nacional como internacional, porque han sabido desarrollar modelos de negocio viables para la producción de largometrajes con gran aceptación del público espectador tanto nacional como extranjero.

A partir de estos nuevos modelos de negocio, y de buscar temáticas más cercanas a la vida cotidiana de los espectadores, nuevas generaciones de cineastas y productores están trabajando más con voluntad e iniciativa propia que con grandes presupuestos en la realización de sus películas para recuperar al público.

La asistencia promedio anual por habitante fue de dos veces en 2015, mayor que en otros países de Latinoamérica y Europa. Aun cuando ese año se pusieron en marcha tres plataformas digitales con participación pública, Plataforma Digital Cinema México, FilminLatino y Pantalla CACI, las salas de cine continúan siendo uno de los principales contactos que tiene el público mexicano con un filme, pese a la competencia que representan las tecnologías de la información y comunicación (TIC) de bajo costo y variada oferta audiovisual, pero no en un país donde casi la mitad de la población no tiene acceso a las TIC.

En 2015 se produjeron 140 películas, el mejor año en la historia del cine nacional, incluyendo la Época de Oro, el indicador más alto desde 1958, cuando se produjeron 135 filmes, lo que representó un incremento de 10% con respecto a 2014, de las cuales 44 fueron en coproducción internacional, 50 de ellas fueron películas documentales, 25% fue realizado

CUADRO 7. *Películas mexicanas producidas y estrenadas, 2001-2015*

Año	Películas mexicanas producidas	Películas mexicanas estrenadas
2001	21	19
2002	14	17
2003	29	25
2004	36	18
2005	53	25
2006	64	33
2007	70	40
2008	70	49
2009	66	54
2010	69	56
2011	72	62
2012	112	67
2013	126	101
2014	130	68
2015	140	80

FUENTE: Elaboración propia con información del IMCINE.

por mujeres y 70% recibió apoyos del Estado. Adicionalmente se realizaron 453 cortometrajes (*Anuario Estadístico de Cine Mexicano 2015*).

Con el apoyo de los estímulos gubernamentales, nuevos modelos de negocio adoptados por los inversionistas y una férrea voluntad de una nueva generación de cineastas, la industria se ha venido recuperando en los últimos años.

Estos filmes caracterizan una nueva época y un nuevo estilo de hacer cine; en sus temáticas vemos que se siguen dos vertientes: si bien ambas utilizan personajes semejantes a los de la vida real, en unas se representan temas familiares y situaciones que reflejan a la sociedad mexicana en sus diferentes niveles socioeconómicos, donde la desigualdad social se resuelve de una manera ligera y amistosa, no crítica, sin violencia ni sexo

CUADRO 8. *El cine mexicano en números, 2010-2015*

	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Pantallas cinematográficas	4905	5166	5303	5547	5678	5977
Películas extranjeras estrenadas	313	321	319	364	330	334
Asistencia total*	190	205	228	248	240	286
Películas mexicanas estrenadas	56	62	67	101	68	80
Asistencia a ver películas mexicanas*	11.5	13.5	10.9	30.1	24	17.5
Ingresos en taquilla**	9032	9755	10674	11860	11237	13334

FUENTE: Elaboración propia con datos de los anuarios del IMCINE.

(*) Millones de personas

(**) Millones de pesos

que predominan, con un toque de humor, a veces sarcástico y de doble sentido, y en otras con un mensaje positivo (*No se aceptan devoluciones, Nosotros los Nobles*); otras muestran el lado oscuro de la realidad nacional, son películas que reflejan la escalada de violencia, inseguridad y corrupción asociadas al narcotráfico que asola al país, pero que tienen gran aceptación entre el público hispano y en los festivales internacionales (*El Infierno, Heli, 600 millas*).

En general, en los últimos años, particularmente en el último quinquenio, se ha visto un incremento en el número de salas de cine, la asistencia y la recaudación en taquilla, como se muestra en el cuadro 7, una franca transformación con respecto a la década de la crisis.

En el cuadro 8 se observa que, salvo en 2014, en 2010-2015 hubo una evolución favorable tanto en el número de pantallas como en la asistencia total y los ingresos en taquilla, incluso en la asistencia a ver películas mexicanas.

Para 2015 el escenario de la taquilla pintaba negativo, ya que el incremento al salario mínimo fue de 4.2%, lo cual representó 2.81 pesos para la

zona A y 2.68 pesos para la zona B. Si el salario mínimo era en promedio de 70 pesos y el boleto en taquilla se cotizaba entre 45 y 140 pesos, ese aumento no alcanzaba para pagar al menos una de las entradas, además de la canasta básica. Aun así, ha sido el mejor año en ingresos de taquilla del último quinquenio.

¿A qué se debió el incremento de la asistencia a ver películas mexicanas en 2013, el mejor año del cine nacional a la fecha? En ese año, a la cabeza de las 10 películas con más asistencia se situó la mexicana *No se aceptan devoluciones* (Eugenio Derbez, 2013), distribuida por Videocine, con 15.2 millones de espectadores, 50% del total de espectadores de cine nacional de ese año. El éxito de esa película hizo que también se incrementara el promedio de asistencia por habitante, de 1.96 en 2012 a 2.1 en 2013. Asimismo, esta película se convirtió en el filme de habla hispana más taquillero de todos los tiempos en Estados Unidos (*Anuario Estadístico de Cine Mexicano 2013*).

La también nacional *Nosotros los Nobles* (Gary Alazraki, 2013) ha sido la segunda más vista, con 7.1 millones, mientras que *El crimen del Padre Amaro* (Carlos Carrera, 2002), estrenada ese mismo año, que había encabezado el primer lugar hasta 2010, quedó en tercer lugar, con 5.2 millones de espectadores. *La dictadura perfecta*, estrenada en 2014, quedaría en cuarto lugar, con 4.2 millones de asistentes (*Anuario Estadístico de Cine Mexicano 2014*).

Las salas de cine continúan siendo uno de los principales contactos que tiene el público mexicano con un filme, pese a la competencia que representan las TIC, de bajo costo y variada oferta audiovisual. El 53% de la población que asiste al cine al menos una vez al año son los jóvenes (*Anuario Estadístico del Cine Mexicano 2013*).

Pero no todo ha sido favorable en esta transformación. La exhibición de películas nacionales desafortunadamente sigue siendo la tarea pendiente, ya que no ha tenido los mismos incentivos que la producción. Si bien en los últimos años se ha incrementado el número de estrenos en pantalla, las cifras no llegan a la cantidad de estrenos que se tenían antes de los cambios en la legislación, los cuales se dieron paralelamente a la entrada del TLCAN, favoreciendo la exhibición de películas extranjeras, básicamente estadounidenses.

VII. Los retos: más Estado y menos mercado

En México, la legislación de cine, como la de otras industrias culturales, opera como política cultural. Por su importancia ideológica, los poderes públicos no se muestran neutrales a la hora de definir e implementar estas políticas.

A pesar de que la Ley Federal de Cinematografía aprobada en 1992 ha tenido varias adiciones en 1999, 2002, 2006 y 2010, ninguna de ellas ha tenido repercusiones significativas, al contrario, siguen “legalizando” y permitiendo la preponderancia en pantalla de las películas extranjeras, por no decir estadounidenses, contraviniendo la promoción y fomento, de manera sostenible y sustentable, de esta industria cultural tan importante para la construcción de la identidad y cultura nacional, por lo que no se ha visto una mayor exhibición de películas mexicanas a pesar de que la producción se ha incrementado. Esto nos lleva a aseverar que si bien la crisis de la producción parece estarse superando, la de la exhibición todavía necesita de una intervención que depende más de voluntad política que de otras condiciones.

En un ejercicio para analizar la exhibición cinematográfica por país de origen en el último quinquenio y evidenciar la prevalencia de películas estadounidenses en pantalla, se actualizó un estudio empírico que se inició en 1998 a nivel local de las carteleras cinematográficas publicadas en el periódico *El Norte*, el de mayor circulación en Monterrey, México, la tercera ciudad más importante del país y segunda en número de pantallas a nivel nacional, para contar con evidencia empírica que compruebe lo que hemos venido aseverando.

En el cuadro 9 se observa que tan sólo en 2015 el número de películas exhibidas en las salas de cine de Estados Unidos (incluyendo coproducciones) es superior a las de México y Canadá, donde vemos también que este último casi no tiene presencia en las pantallas mexicanas a pesar de lo estipulado en el TLCAN. Este panorama no es muy diferente al presentado

CUADRO 9. Oferta de películas exhibidas en los cines comerciales de Monterrey por país de origen durante dos semanas compuestas*, 2011-2015

País de origen	2011	2012	2013	2014	2015
	PE	PE	PE	PE	PE
México	54	40	41	34	39
Coproducción con México	5	12	11	14	10
Estados Unidos	215	202	235	193	168
Coproducción EU-Europa	17	18	14	21	35
Coproducción EU- Otros países	12	4	5	13	27
Canadá	2	0	1	0	1
Francia	22	17	12	20	20
España	4	13	11	10	4
Otros países europeos	20	39	15	28	15
Coproducciones europeas	14	18	7	16	7
Latinoamericanos	2	4	10	6	3
Coproducciones Latinoamericanas	0	3	0	0	0
Otros países	5	8	7	6	5
Coproducciones otros países	3	1	8	10	17
Origen no identificado	4	2	3	2	0
Total	379	381	380	368	342

FUENTE: Elaboración propia con datos de las carteleras cinematográficas del periódico *El Norte*.

PE: Películas exhibidas.

* Dos semanas compuestas ofrecen estimaciones confiables de un año para un análisis de contenido de las carteleras cinematográficas (Riffe, Aust y Lacy, citados por Lozano, 1994).

en el cuadro 4, donde se expone la oferta de películas en los cines de 1992 a 2003, lo cual nos habla de una continuidad en las condiciones de la exhibición posterior al TLCAN.

Paradójicamente, aun cuando es escasa la exhibición de películas mexicanas en las pantallas nacionales, y aunado a las crisis económicas, de desempleo, de inseguridad y violencia que se han estado viviendo en el país, el número de salas de cine sigue creciendo y las ganancias en taquilla incrementando, como también se mostró en el cuadro 7. Estas cifras demuestran que con todo y que la exhibición de películas mexicanas es escasa, su público es fiel y está asistiendo a verlas.

Entonces, si se están realizando más películas nacionales y el público va a verlas, ¿por qué no establecer una política cultural congruente y consistente para el cine nacional?

En el Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018 del actual gobierno de la República que preside Enrique Peña Nieto, si bien se mencionan estrategias y acciones en apoyo a la producción de cine, no se declara una estrategia específica ni para la exhibición ni para la formación de públicos. En el apartado VI.3, México con educación de calidad, en su Objetivo 3.3, relativo a ampliar el acceso a la cultura como un medio para la formación integral de los ciudadanos, se propone en la Estrategia 3.3.4: fomentar el desarrollo cultural del país a través del apoyo a industrias culturales y vinculando la inversión en cultura con otras actividades productivas. Y como líneas de acción: 1) incentivar la creación de industrias culturales y apoyar las ya creadas a través de los programas de Mipymes; 2) impulsar el desarrollo de la industria cinematográfica nacional de producciones nacionales y extranjeras realizadas en territorio nacional (PND 2013-2018, p. 126).

Como se lee, acciones como “incentivar” e “impulsar”, si no se declara su operatividad, resultan vagas y perdidas en el tiempo. Lo anterior demuestra que, salvo los estímulos fiscales, que son pocos, no existe una política cultural de parte del gobierno con directrices operativas que garanticen un apoyo efectivo a esta industria, ni para la formación de públicos.

Ante esta realidad, el actual director general del IMCINE, Jorge Sánchez, se limitó a decir durante el encuentro del Mercado e Industria del Cine y el Audiovisual 2016 (MICA): “Las salas de exhibición crecen, pero

no con la vocación de cine hablado en español o en portugués. En ese sentido, hay que buscar nuevas vías de distribución, procurar las salidas de difusión”.

Si bien la transformación tecnológica promueve la expansión del consumo y las películas se pueden ahora ver por diversas plataformas, en un país donde más de la mitad de la población no tiene acceso a las TIC, procurar las salidas de difusión para llegar al gran público requiere una revisión de la actual Ley Federal de Cinematografía, en particular el apartado correspondiente a la exhibición. Nuestras autoridades no cuestionan esta ley, ¿la conocerán?

Reflexiones finales

Lo que aquí se presentó fue una historia de sobrevivencia de la industria cinematográfica mexicana en tiempos del neoliberalismo. Si bien existen determinaciones de los mercados internacionales como la preponderancia de una economía neoliberal, la apertura comercial, las privatizaciones de sectores considerados anteriormente de protección estatal como el cinematográfico, y condiciones estructurales de carácter nacional como lo son una legislación cinematográfica inequitativa y falta de políticas culturales promotoras para una industria que la hagan sostenible y sustentable, hay que voltear a ver el éxito de películas como *Nosotros los Nobles*, *No se aceptan devoluciones* y *La Dictadura Perfecta* para ver cómo productores e inversionistas están apostando a nuevos modelos de negocio buscando tanto el éxito de sus películas como la satisfacción del público que las consume.

En esta revisión constatamos que no es el TLCAN, *per se*, el principal factor que está deteniendo el desarrollo de la industria cinematográfica mexicana, sino la falta de una legislación justa que favorezca su promoción y fomento.

Se han presentado varias iniciativas para promover cambios a la legislación y a su reglamento, pero *éstas no han prosperado, tal vez porque no se aportan los suficientes argumentos* o evidencia de que existe un público que apoyaría al cine mexicano. En la última iniciativa, de abril de 2011, diputados y representantes de la Cámara Nacional de la Industria del Cine (Canacine) analizaron una propuesta de reforma a la Ley Federal de Cinematografía para la cuota de tiempo en pantalla para exhibición de películas mexicanas a 30% y dos semanas obligatorias; se propuso promover el cine mexicano a través de tiempos oficiales tanto en televisión como en radio, reglamentando la Ley Federal de Radio y Televisión, así como crear un estímulo fiscal para la promoción y distribución de películas; establecer filtros de calidad adecuados y apoyar a la formación de guionistas.

Sin embargo, el presidente de la Canacine consideró que la idea de aumentar 30% la cuota de tiempo en pantalla para el cine mexicano, e imponer dos semanas obligatorias de permanencia para estas películas, quizá no contribuyera a una mejor calidad de las cintas nacionales, con lo cual no se aprobó dicha iniciativa (*Notimex*, 16 de abril de 2011).

Si los diputados y senadores no pueden hacer valer estas iniciativas por sobre los empresarios que sólo buscan su lucro, los investigadores podemos, al menos, evidenciar las implicaciones que esta normativa inequitativa trae como consecuencia a una industria considerada por la UNESCO como patrimonio nacional y bien cultural para los ciudadanos. ¿Temerán nuestros legisladores un enfrentamiento con las *majors* estadounidenses? ¿Qué representaría para la industria cinematográfica una guerra comercial entre México y Estados Unidos?

La actual polémica levantada por el presidente de Estados Unidos, Donald Trump, en torno a si se elimina, revisa o continúa con el TLCAN, es un punto de inflexión para que nuestras autoridades también reflexionen acerca de estas posibilidades y cómo afectarían la economía mexicana en los distintos sectores productivos y de servicios, incluyendo el de la cinematografía. El cine no sólo es negocio, también es ideología y cultura.

Una posible guerra comercial entre México y Estados Unidos podría afectar a la industria cinematográfica nacional al obstaculizarse o encarecerse todavía más los insumos y tecnología que se importan para la producción, lo cual ya se está viendo con el alza del dólar; en cuanto a la exhibición, mientras no se modifique la legislación mexicana respecto a permitir una mayor oferta de películas nacionales en pantalla y por más tiempo, no se verá un cambio significativo, con o sin guerra comercial entre ambos países; al haber más oferta de cine mexicano, el público tendrá más opciones de entretenimiento y goce estético. No hay que esperar a que se decida sobre el TLCAN, pues como ya vimos, lo que quedó asentado en el Tratado acerca del cine es más benévolo, si se ejecutara al pie de la letra, que lo que nuestra propia legislación establece.

Por otra parte, lo que podría traer consigo sería que las autoridades comerciales estadounidenses conminaran a las distribuidoras como la 20th Century Fox y Sony a que no distribuyeran películas mexicanas en Estados Unidos, al cobrarles el impuesto que quieren hacer efectivo a los

productos que se importen a ese país (se habla de hasta 20%), poniendo un “muro” a su entrada, lo cual sería el peor escenario, pero se ve muy lejano por las pérdidas económicas que ello implicaría para estas corporaciones, pues precisamente la acción de las “libres fuerzas del mercado” que promueven los tratados de libre comercio, como el TLCAN, ya están actuando a favor de nuestras películas en territorio estadounidense, con el crecimiento exponencial de una población hispana que demanda cada vez más productos y servicios mexicanos en el país vecino, entre ellos nuestros contenidos audiovisuales, lo cual es bastante rentable para las *majors* y sus salas de cine, ya que deja las ganancias en su país.

Habrá que esperar a ver en qué termina la polémica en torno al TLCAN y si las industrias culturales como la del cine entrarían en la discusión, aunque hemos visto que el achacar al TLCAN la crisis de nuestro cine es más un mito que una realidad. No es el TLCAN en sí lo que trajo como consecuencia la crisis que está superando nuestro cine, sino la falta de previsión, de quienes tomaron las decisiones, de enfrentar el embate de las fuerzas del mercado sin haber creado las condiciones para ello.

Por lo pronto, contra viento y marea, el cine mexicano se mueve: habiendo superado una crisis que casi lo hace desaparecer, sus esquemas de producción se han adaptado y transformado, tratando también de recuperar a su público, sin embargo, el principal reto es modificar una legislación que opera en contra de la protección de nuestro cine.

Entre las transformaciones vimos también un incremento en las coproducciones mexicanas, lo cual es señal de una tendencia mundial apoyada en una producción transnacional de la que México forma parte, aunque en menor medida, a la participación de otros países como Estados Unidos y los europeos, pero que puede ser una alternativa para los cineastas e inversionistas que tengan voluntad de hacer películas mexicanas bajo este esquema de inversión de capital y riesgo.

Los premios y reconocimientos que está obteniendo una generación de cineastas mexicanos que en la última década ha participado en festivales y eventos cinematográficos internacionales, y cuyas películas están teniendo éxito en taquilla, ponen el dedo sobre el hecho de que no ha sido la escasez de talento lo que le hace falta a nuestro cine, sino una política cultural congruente y consistente que establezca las condiciones estruc-

turales de cambio para que quienes están detrás de esta industria puedan enfrentar los desafíos que la globalización de los mercados y su modelo ideológico dominante están determinando.

Es difícil predecir o establecer un pronóstico para el cine nacional de los próximos años; ojalá que este crecimiento que se ha visto en la última década motive en el Estado y en el Congreso el que se revise la legislación y se promueva su modificación; por otra parte, la insuficiencia de estudios sobre la economía de la cultura en general, y del cine en particular, no permite aún construir explicaciones integrales desde la academia sobre el modo en que las industrias culturales de México y de América Latina se están articulando a una economía mundial que ve hacia lo transnacional como una forma de sobrevivencia, donde las culturas nacionales y locales compiten para tener un lugar en los espacios de expresión ante la avalancha de una cultura hegemónica.

Los números hablan, la industria cinematográfica mexicana se recupera, hay que apoyarla e impulsarla. El principal desafío, entonces, no es que se renegocie o no el TLCAN, sino que los legisladores de nuestro Congreso de la Unión tengan la voluntad política de revisar la legislación cinematográfica y adecuarla para que nuestra industria del cine pueda competir, en igualdad de condiciones, en el mercado cinematográfico mundial.

Finalmente, hay que considerar que nuevas generaciones de espectadores globales están construyendo sus imaginarios en estos escenarios de descentramiento del audiovisual, donde lo local y nacional compiten contra lo hegemónico, donde la globalización capitalista neoliberal atenta contra la soberanía y la diversidad cultural en la producción de imaginarios, donde la falta de una política cultural de protección al patrimonio nacional está transformando los procesos de apropiación de los públicos copados por el audiovisual extranjero, donde las políticas culturales de cada país serán determinantes para mantener un equilibrio entre una oferta cinematográfica distribuida inequitativamente por las empresas concentradoras de la distribución y exhibición, y la conservación de la memoria colectiva de una nación, uno de cuyos insumos principales es su propia cinematografía.

Referencias

- Alejo, Javier (23 de agosto de 2012). "Al alza, el valor de la cultura". *Milenio, Cultura*. Disponible en <http://www.milenio.com/cdb/doc/noticias2011/3604371c5c91951eb11f9c4d159d0e0a>. (Acceso: 28 de agosto de 2013).
- Amador, Luis (2004). "Cómo consumimos cine". Revista *El Consumidor*, Procuraduría Federal del Consumidor, Ciudad de México, abril de 2004, pp. 18-27.
- Anuario Estadístico de Cine Mexicano 2013*, Ciudad de México, Instituto Mexicano de Cinematografía.
- Anuario Estadístico de Cine Mexicano 2014*, Ciudad de México, Instituto Mexicano de Cinematografía.
- Anuario Estadístico de Cine Mexicano 2015*, Ciudad de México, Instituto Mexicano de Cinematografía.
- Becerra, Martín, y Guillermo Mastrini (2006). "Senderos de la economía de la comunicación: un enfoque latinoamericano". *CIC Cuadernos de Información y Comunicación*, 11, pp. 111-128.
- Casas, María de la Luz (1994). "Modernidad, identidad cultural y medios de comunicación". *Anuario de Investigación de la Comunicación, Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación I*, Ciudad de México, Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación, pp. 19-46.
- _____. (2000). *Medios de comunicación y libre comercio en México*. Ciudad de México, Trillas/ITESM Universidad Virtual.
- Crovi, Delia (1999). "Medios y telecomunicaciones en el camino de la desregulación". *Razón y Palabra*, núm. 12. Disponible en <https://dialnet.unirioja.es/servlet/autor?codigo=1232679>, consultado el 10 de junio de 2016.
- Diversity and the film industry: An analysis of the 2014 UIS Survey on*

- Feature Film Statistics*. UNESCO, Institute for Statistics, Documento informativo núm. 29, marzo de 2016.
- Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares 2015*, México.
- Garnham, Nicolas (1997). "Political Economy and the Practice of Cultural Studies". M. Ferguson y P. Golding (eds.), *Cultural Studies in Question*, Londres, Sage Publications Ltd, pp. 56-73.
- Getino, Octavio (1998). *Cine argentino. (Entre lo posible y lo deseable)*. Buenos Aires, Fundación Centro de Integración, Comunicación, Cultura y Sociedad. Disponible en http://www.panoramadelarte.com.ar/archivos/Discurso%20Audiovisual/Getino_CINE_ARGENTINO.pdf
- Getino, Octavio (2007). "Los desafíos de la industria del cine en América Latina y el Caribe". *Zer*, 22, pp. 167-182. Disponible en <http://www.ehu.eus/zer/hemeroteca/pdfs/zer22-08-getino.pdf>
- González, Roque (2015). "Argentina: distribución cinematográfica, mercados y políticas públicas". *Revista Eptic*, 17 (3), septiembre-diciembre, pp. 86-105. Disponible en <http://www.seer.ufs.br/index.php/epitic/article/view/4304>
- Garnham, Nicholas (1979). "Contribution to a political economy of mass-communication". *Media, Culture and Society*, 1 (2), Londres, Academic Press Inc., pp. 123-146.
- Golding, Peter y Murdock, Graham (1991). "Culture, Communications and Political Economy". En J. Curran and M. Gurevitch (eds.), *Mass Media and Society*, Londres, Eduard Arnold, pp. 15-32.
- Grece, Christian (2016). *How do films circulate on VOD services and cinemas in the European Union. A comparative analysis*. Estrasburgo, European Audiovisual Observatory, Council of Europe.
- Hinojosa, Lucila (2016). "El cine mexicano en tiempos de acuerdos y tratados internacionales: crisis, transformaciones y continuidades". *Chasqui, Revista Latinoamericana de Comunicación*, núm. 132, agosto/noviembre de 2016, Ecuador, CIESPAL, pp. 47-63, ISSN 1390-1079, e-ISSN 1190-924X. Disponible en http://revistachasqui.org/index.php/chasqui/issue/view/132_2016/showToc
- _____ (2016). "Cine, memoria y ciudad: el estudio de los públicos de cine en las Ciencias Sociales". *Revista Opción*, 32 (13), pp. 492-513, Universidad del Zulia, Venezuela, ISSN 1012-1587. Disponible en <http://>

- produccioncientificaluz.org/index.php/opcion/article/view/21611
- _____ (2015). “El cine mexicano en busca de su público: la reorganización de un patrimonio cultural en tiempos de tratados y acuerdos internacionales”. *Imagofagia*, revista de la Asociación Argentina de Estudios de Cine y Audiovisual, núm. 12, pp. 1-24, ISSN, 1852-9550, disponible en <http://www.asaeca.org/imagofagia/index.php/imagofagia/issue/view/23>
- _____ (2015). “Economía política del cine: un acercamiento a los públicos cinematográficos”. *Versión, Estudios de Comunicación y Política*, revista de la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, núm. 36, pp. 89-99, ISSN 2007-5758, disponible en <http://version.xoc.uam.mx>
- _____ (2014). “Economía política del cine mexicano: dos décadas de transformaciones”. *Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación*, vol. 1, núm. 2, pp. 94-102. Disponible en www.raeic.org
- Hinojosa, Lucila (2014). “Análisis de la oferta y consumo de cine mexicano en Monterrey en el contexto de la normativa vigente sobre cine en México 2011”. En M. Gabino (coord.), *Las leyes mediáticas: 2001-2011, una década de agitaciones*, San Luis Potosí, S. L. P., UASLP/Universidad de La Laguna/Sociedad Latina de Com. Social, pp. 51-68, ISBN 978-607-9343-05-7.
- _____ (2013). “Cine transnacional y espectadores globales: oferta y consumo del cine mexicano en Monterrey 2001-2010”. En Lucila Hinojosa, Eduardo De la Vega y Tania Ruiz (coords.), *El cine en las regiones de México*. Monterrey, Universidad Autónoma de Nuevo León, pp. 277-302.
- _____ (2012). “Economía política del cine mexicano: oferta y consumo de películas nacionales en Monterrey, México (2001-2010)”. *Eptic Online, Revista Electrónica Internacional de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación*, vol. XIV, núm. 3, septiembre/diciembre de 2012, ULEPICC. Disponible en <http://www.seer.ufs.br/index.php/epitic/article/view/537/450>
- _____ (2010). “Cine transnacional y espectadores globales: consumo y recepción de películas mexicanas en Monterrey”, México. En Jorge Nieto (ed.), *Sociedad, desarrollo y movilidad en comunicación*, Tam-

- pico, Universidad Autónoma de Tamaulipas, pp. 310-326. Disponible en www.eumed.net/libros/2010a/664/
- ____ (2007). *El cine mexicano. La identidad cultural y nacional*, México, Trillas.
- ____ (2007). “Una historia local en el horizonte mundial: El cine mexicano en Monterrey”. En José Carlos Lozano (ed.), *Global Media Journal en Español*, 4 (8). Disponible en <http://gmje.mty.itesm.mx/>
- ____ (2006). “El cine mexicano y el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN): un análisis multidimensional”. En Adriana Peimbert y Rodrigo Gómez (eds.), *Comunicación para el desarrollo en México*, Libro colectivo AMIC 2006, México, AMIC y Universidad Latina de América, pp. 307-350.
- ____ (2004). “El cine mexicano: un caso de recepción cinematográfica”. *logos CC*, 3 (2), pp. 43-52.
- Hinojosa, Lucila (2003). *El cine mexicano. De lo global a lo local*. México, Trillas.
- ____ (2003). “El cine mexicano y su público en Monterrey: un análisis sobre la exhibición y los espectadores de 2002”. *CATHEDRA*, 3 (7), Monterrey, Universidad Autónoma de Nuevo León, pp. 107-115.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). IX Censo General de Población y Vivienda 1990. Disponible en <http://www.beta.inegi.org.mx/proyectos/ccpv/1990/>
- Ley Federal de Cinematografía, *Diario Oficial de la Federación*, última reforma publicada DOF 28-04-2010, Ciudad de México, Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión.
- Lozano, David, José Barragán y Sergio Guerra (2009). “El cine: el negocio de la cultura”. *Innovaciones de Negocios*, 6 (2), pp. 207-224.
- Lozano, José Carlos (1994). En C. Cervantes y E. Sánchez (coords.), *Investigar la Comunicación. Propuestas Iberoamericanas*, Guadalajara, Jal., Universidad de Guadalajara/ALAIIC, pp. 135-158.
- Martínez, Jorge, Ramón Padilla, Claudia Schatan y Verónica Vega (2010). *La industria cinematográfica en México y su participación en la cadena global de valor*. Ciudad de México, Naciones Unidas/CEPAL.
- Mattelart, Armand (1998). *La mundialización de la comunicación*. Barcelona, Paidós Comunicación 99.

- Mattelart, Armand y Michèle Mattelart (1997). *Historia de las teorías de la comunicación*. Barcelona, Paidós Comunicación 91.
- Maza, Maximiliano (2006). *Más de cien años de cine mexicano*. Disponible en <http://cinemexicano.mty.itesm.mx/front.html>
- Miller, Toby (2006). “El cine mexicano en Estados Unidos”. N. García, A. Rosas y E. Sánchez (coords.), *Situación actual y perspectivas de la industria cinematográfica en México y el extranjero*, Guadalajara, Jalisco, Universidad de Guadalajara/Instituto Mexicano de Cinematografía, pp. 87-134.
- Mosco, Vincent (2009). *The Political Economy of Communication*. Segunda edición, Londres, SAGE Publications Ltd.
- Murdock, Graham (1997). “Base Notes: the Conditions of Cultural Practice”. M. Ferguson y P. Golding (eds.), *Cultural Studies in Question*, Londres, Sage Publications Ltd., pp. 86-101.
- Murdock, Graham y Golding, Peter (1974). “For a political economy of mass communications”. En R. Milliband and J. Saville (eds.), *The Social Register 1973*, Londres, Merlin Press, pp 205-234.
- Notimex, (16 de abril de 2011). “Analizan diputados reforma a la Ley Federal de Cinematografía”. En *Vanguardia/MX*, con información de Notimex, disponible en <http://www.vanguardia.com.mx/analizandiputadosreformaaleyfederaldecinematografia-701254.html>
- Olarte, Carlos (2013). “¿Por qué *Nosotros los Nobles* se ha convertido en la película mexicana más vista de su historia?” *América Economía, Sección Política y Sociedad*. Disponible en <http://www.americaeconomia.com/politica-sociedad/cultura-y-espectaculos/por-que-nosotros-los-nobles-se-ha-convertido-en-la-pelicula>.
- Piedras, Ernesto (2006). “Crecimiento y desarrollo económicos basados en la cultura”. *Las industrias culturales y el desarrollo de México*. México, SRE/FLACSO/Siglo XXI Editores.
- ____ (2004). *¿Cuánto vale la cultura? Contribución económica de las industrias Culturales protegidas por el derecho de autor en México*. México, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.
- Plan Nacional de Desarrollo (2013-2018). PND, *Diario Oficial de la Federación*, Gobierno de la República, México, disponible en <http://pnd.gob.mx/wp-content/uploads/2013/05/PND.pdf>

- Rossi, Diego (2016). "Nuevas ventanas de exhibición audiovisual: el fomento y la regulación de los Estados de Unión de Naciones Suramericanas en un entorno globalizado", Ponencia presentada en *III Jornadas de Estudios de América Latina y el Caribe*, 28-30 de septiembre, Instituto de Estudios de América Latina y el Caribe, Universidad de Buenos Aires, Argentina.
- Sánchez Ruiz, Enrique (2015). *Políticas audiovisuales en América del Norte: la industria cinematográfica en la era post-TLCAN*. Guadalajara, Universidad de Guadalajara.
- _____ (2012). "El Tratado de Libre Comercio y la casi desaparición del cine mexicano". *El Estado y la imagen en movimiento*, 291-312, Ciudad de México, Instituto Mexicano de Cinematografía/Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.
- _____ (1998). "Cine y globalización en México: el desplome de una industria cultural". *Comunicación y Sociedad*, núm. 33, mayo/agosto, DECS/Universidad de Guadalajara, Guadalajara, pp. 47-91.
- Sánchez, Jorge (2016). "MICA, una realidad sobre el cine iberoamericano". *Noticias Instituto Mexicano de Cinematografía*. Disponible en <http://www.imcine.gob.mx/mica-2016/>
- Schiller, Herbert (1993). *Cultura, S. A. La apropiación corporativa de la expresión pública*. Guadalajara, Jal., Universidad de Guadalajara, Textos de Comunicación y Sociedad, CEIC.
- Segovia, Ana (2006). "Presentación de Cincuenta años de Economía Política de la Comunicación". *CIC Cuadernos de Información y Comunicación*, 11, pp. 7-10. Disponible en <https://revistas.ucm.es/index.php/CIYC/article/viewFile/CIYC0606110007A/7287>
- Smythe, Dallas (1960). "On the Political Economy of Communication". *Journalism Quarterly*, otoño, pp. 563-572.
- Tratado de Libre Comercio de América del Norte. Anexo I: Reservas en relación con medidas existentes y compromisos de liberación. SICE-TLCAN-NAFTA- Anexo I*. Disponible en http://www.sice.oas.org/trade/nafta_s/ANEXO1b.asp
- Ugalde, Víctor (febrero de 2004). "A diez años del TLC. La década perdida del cine mexicano". En *Etcétera*, núm. 39, pp. 31-32.

- United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO) (2005). *International Flows of Selected Cultural Goods and Services, 1993-2004. Defining and capturing the flows of global cultural trade*. UNESCO Institute for Statistics, UNESCO Institute for Culture, Montreal, Canadá.
- Valdez, Juan Carlos y Ruiz-Ramírez, Juan (2012). “Perspectiva económica de la industria del entretenimiento en Xalapa, Veracruz, México”. *Observatorio de la Economía Latinoamericana*, Revista Académica de Economía, recuperado de <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/mx/2012/vcrr.html>
- Wasko, Janet (2006). “La Economía Política del Cine”. *CIC Cuadernos de Información y Comunicación*, vol. 11, traducción de Carles Llorens-Maluquer, pp. 95-110.

*El cine mexicano y el Tratdo de Libre
Comercio de América del Norte*, publicado
por la Universidad Autónoma de Nuevo León y
Colofón, se terminó de imprimir en agosto de 2017
en los talleres de Eddel Graph S.A. de C.V. El tiro consta de
1 000 ejemplares mediante impresión digital en papel Cultural
ahuesado de 75 gramos. El cuidado editorial estuvo a cargo del Depar-
tamento de Colofón Ediciones Académicas, un sello de Colofón S.A. de C.V